РУССКИЙ ЮВЕЛИР

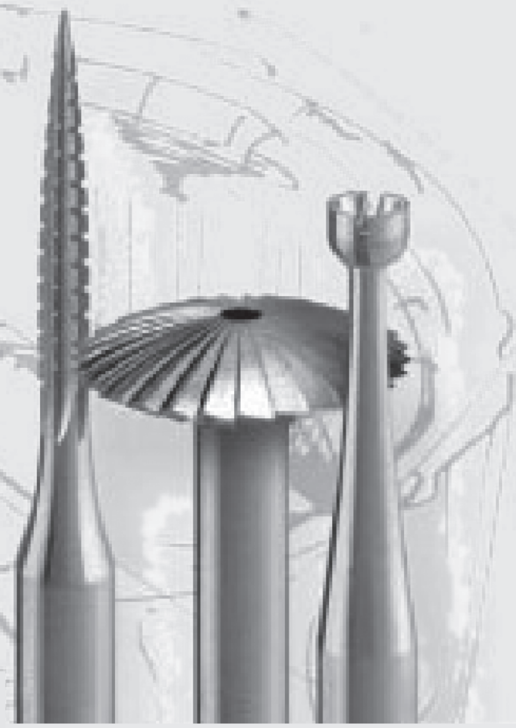
апрель | 2012 (3)

ISSN 1810-7311

Лучшее на рынке

Ювелирные боры Komet (Германия)

Посадочные
Игольчатые
Подрезные
Чашечные
Шаровые
Капля
Линза
Диск
и др.



Познакомьтесь с крупнейшим в Европе производителем боров и фрез – компанией ***Brasseler Group***, продукция которой продается под торговой маркой ***Komet !***

реклама

Эксклюзивный дилер в России –
компания «**Сапфир**»
Москва, Санкт-Петербург
www.sapphire.ru (см. раздел
«Бормашины и аксессуары»)

РУССКИЙ ЮВЕЛИР

РЕДАКЦИЯ

главный редактор Владимир Пилюшин

1-й заместитель главного редактора
Светлана Пилюшина — sveta@russianjeweller.ru

редактор
Татьяна Самойлова — ts@russianjeweller.ru

эксперт-геммолог
Михаил Чижов

дизайн и верстка
Екатерина Калинина

фото
Платон Терентьев

рисунки
Екатерина Калинина

корректор
Людмила Лебедева

ОТДЕЛ РЕКЛАМЫ

рекламный отдел
Мария Стандецкая — advert@russianjeweller.ru

ОТДЕЛ РАСПРОСТРАНЕНИЯ
info@russianjeweller.ru

МОСКОВСКОЕ ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО

директор
Виталий Пилюшин
тел.: +7 (903) 599-59-97, +7 (921) 432-90-53
e-mail: moscow@russianjeweller.ru

АДРЕС РЕДАКЦИИ
199034, Санкт-Петербург, В. О., 16 линия, д. 7, оф. 59.
Тел./факс (812) 327-75-65/66
www.russianjeweller.ru
e-mail: info@russianjeweller.ru

Для почтовой корреспонденции:
199034, Санкт-Петербург, а/я 8,
ООО «РА «Русский Ювелир»

УЧРЕДИТЕЛЬ ООО «РА «Русский Ювелир»

ИЗДАТЕЛЬ ООО «РА «Русский Ювелир»

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ
Александр Горыня
Валерий Крылов
Михаил Пиотровский
Александр Рыбаков
Татьяна Фаберже

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ
Марина Лопато
Владимир Матвеев

БУХГАЛТЕРСКАЯ ПОДДЕРЖКА
Центр учета и аудита

ЖУРНАЛ «РУССКИЙ ЮВЕЛИР», № 2, 2012 год

ТИРАЖ 5000 экз.

СВИДЕТЕЛЬСТВО О РЕГИСТРАЦИИ средства массовой информации ПИ № ФС77-35990. Выдано 22 апреля 2009 года Управлением Федеральной службы по надзору в сфере связи и информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)

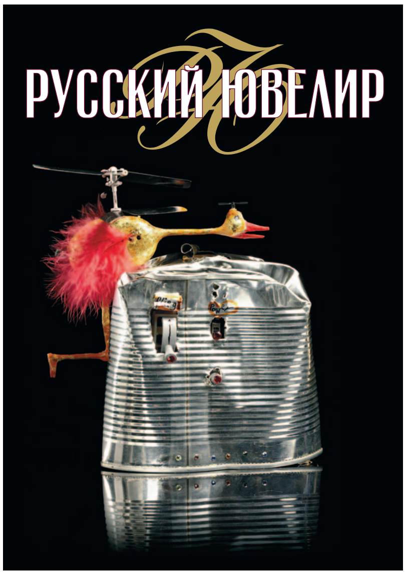
ПЕЧАТЬ Типография «Премиум Пресс», Санкт-Петербург

«РУССКИЙ ЮВЕЛИР» © — зарегистрированная торговая марка

Редакция не несет ответственности за содержание рекламных объявлений. Полное или частичное воспроизведение материалов, опубликованных в журнале, допускается только с письменного разрешения редакции со ссылкой на «Русский Ювелир». Все рекламируемые товары и услуги имеют необходимые сертификаты и лицензии. Рукописи не рецензируются и не возвращаются. Свободная цена

Журнал «Русский Ювелир» — кавлер ордена «Карла Фаберже» III степени.

Журнал "Русский ювелир" основан в 1912 году, возрожден в 1996 году



Мартин Стейнхорст, Германия
Брошь «Редкая птица»

содержание

ВЫСТАВКИ

6 «JUNWEX Петербург» — 20 лет успеха!

20 «Зенит» подписал соглашение о партнерстве с компанией «Адамант»

60 500 лет истории европейского часового искусства

КОНКУРСЫ

10 Признание Петербурга

ТЕМА НОМЕРА: ЮВЕЛИРНОЕ И ЧАСОВОЕ ДЕЛО КАК ИСКУССТВО

16 Мечтая о лучшем, мы создаем совершенство

18 С места — в полет!

22 Стопки-перевертыши

24 Ювелирное дело как искусство

18 С места — в полет!

СОДЕРЖАНИЕ

26 О роли музеев в становлении художника

ТЕМА НОМЕРА

32 Твою силу определяют твои соперники

ТЕМА НОМЕРА

62 Ювелирный гид покупателя

26 О роли музеев в становлении художника

30 Твою силу определяют твои соперники

36 Грани воображения

ЮВЕЛИРНЫЙ РЫНОК УКРАИНЫ

40 Украина ювелирная времен независимости

РУКОВОДИТЕЛЮ НА ЗАМЕТКУ

46 Сказка ложь, да в ней намек, или Метод сторителлинга

АУКЦИОНЫ

50 К новым рекордам!

ЧАСЫ

54 Ювелирная микромеханика. Часть 3

ШПАРГАЛКА ПРОДАВЦА ЮВЕЛИРНОГО МАГАЗИНА

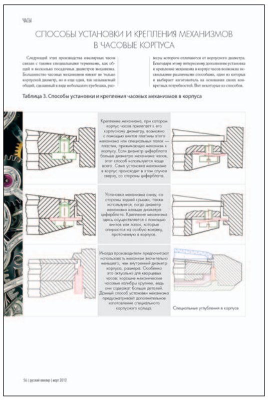
62 Ювелирный гид покупателя

НАШИ ПОЗДРАВЛЕНИЯ

66 С днем рождения!

10 Признание Петербурга

54 Ювелирная микромеханика. Часть 3



Вредные Советы от «Красцветмета»
Ты работаешь кассиром в магазине ювелирном,
И с утра до самой ночи целый день ты на ногах.
Чтобы жизнь тебе облегчить, принимай такой совет:
Ты со всех витрин подальше спрячь изделья «Красцветмет»,
Покупателям не вздумай никогда их предлагать!
И буквально через месяц — чудес сразу не бывает,
Ты поймешь, что на работе очень даже интересно:
Можно выспаться на стуле, можно книжку почитать,
Обзвонить подруг всех сразу и об отпуске мечтать!
Шеф, конечно, не похвалит, но со временем поймет!
КРАСЦВЕТМЕТ
КРАСЦВЕТМЕТ
КРАСЦВЕТМЕТ
Открытое акционерное общество
«Красноярский завод цветных
металлов им. В. Н. Гулидова»
Российская Федерация,
660027, г. Красноярск,
Транспортный проезд, дом 1,
тел.: (391) 259-33-44, 259-32-63,
факс: (391) 259-30-00
e-mail: orc@knfmp.ru
www.krastsvetmet.ru
реклама

Неделя моды от «Эстет»: «Весна-2012»

По-настоящему эстетичным и элегантным fasion-событием украсил культурную карту Москвы новый сезон Недели моды от «Эстет»: «Весна-2012». В третий раз с 12 по 16 марта Зал торжеств Ювелирного дома «Эстет» стал площадкой для воплощения креативных дизайнерских идей, парадом красоты и великолепия.

В нынешнем сезоне Неделя моды от «Эстет» вышла на качественно новый уровень. Генеральными партнерами мероприятия выступил мировой бренд класса люкс Rolls-Royce Motor Cars Moscow, а также сеть магазинов обуви и аксессуаров luxury-сегмента — компания Rendez-vous. Коренным образом изменилась организация пространства для показов, в полтора раза удлинился подиум, значительно усовершенствовалась система светового и звукового оснащения площадки, сделав ее еще более удобной как для дизайнеров и моделей, так и для гостей и журналистов (последние получили более комфортные условия для фото- и телесъемки).

День открытия стал бенефисом мэтра отечественной моды Вячеслава Зайцева, посвященным 50-летию творческой деятельности и 30-летию Дома моды знаменитого российского кутюрье. Президент Ювелирного дома «Эстет» Гагик Геворкян сердечно поздравил юбиляра, вручив ему памятный подарок. Коллекция pret-a-porter de luxe, представленная маэстро на Неделе моды от «Эстет», называлась «Воспоминания» и была показана широкой публике впервые. Это своеобразная проекция в моду 1990-х, но одновременно и ретроспектива различных этапов творчества Вячеслава Михайловича Зайцева, вобравшая лучшие черты его стиля, в частности, характерное для него обращение к теме русского национального костюма.

Невероятно мощным аккордом первого дня Недели моды от «Эстет» стал показ знаменитого парижского Дома моды Hayari Couture Paris из Франции,

который представлял сам кутюрье — Набиль Айяри, давний друг Ювелирного дома «Эстет». Дефиле от Hayari Couture Paris произвело настоящий фурор, став настоящим парадом истинно французского шика, женского очарования, торжеством гармонии и безупречного стиля. Не так давно работы Набиля Айяри украшали красную дорожку премии «Оскар 2012» — в платье от Hayari Couture Paris на Красной дорожке блистала супруга актера и сценариста Нэта Факсона, получившего премию «Оскар» за лучший адаптированный сценарий. На этот раз на Неделе моды от «Эстет» в рамках показа коллекции Hayari Couture Paris подиум озаряла природной красотой и чарующим блеском драгоценностей от Ювелирного дома «Эстет» Алиса Крылова, обладательница почетного титула «Миссис Вселенная» и посол в России Всемирного благотворительного фонда W.I.N. Foundation.

Палитра участников Недели моды от «Эстет» в этом сезоне стала многогранней, отражая актуальные тенденции современной моды, а также неизменно утверждая принцип, ставший отличительной чертой Недели моды от «Эстет»: органичное слияние в показах мастерства дизайнеров одежды и ювелирного искусства. Всю неделю на моделях сияли эксклюзивные украшения от Ювелирного дома «Эстет» и бренда Bijou Tresor.

В рамках показа новой коллекции дизайнера Юлии Лапшиной на подиуме были представлены 15 эксклюзивных изделий из пяти коллекций известного американского бренда Bergio — друга и партнера ЮД «Эстет». Глава бренда Бердж Абаджян специально прилетел по такому случаю из Нью-Йорка, чтобы лично представлять показ на Неделе моды от «Эстет». В показе участвовал уникальный ювелирный экспонат — парюра в белом золоте, усыпанная бриллиантами, общий вес которых равнялся четырем каратам.

Бренд Olga&Anna Kameneva специально для Недели моды создал коллекцию, некоторые модели которой были спроектированы непосредственно под определенные украшения Ювелирного дома «Эстет».

«Авторский салон свадебной и вечерней моды Юлии Ааль» представил коллекцию «Парад Планет», выполненную из натурального шелка, кожи, декорированных фрагментами кружев, окрашенных ручной росписью.

Коллекцию молодого российского дизайнера Mari Axel составили коктейльные и вечерние платья. Вдохновляясь вечными образами, созданными великой киноактрисой Одри Хепберн, Мари Аксель наделила свою коллекцию энергетикой выдающихся женщин прошлого. Эффект многократно усилили сверкающие магическим блеском украшения от Ювелирного дома «Эстет».

Воздушным и женственным был ультрамодный показ от дизайнерского союза модельеров The Tailor Shop. Ослепительным маскарадом ярких солнечных красок всколыхнула подиум новая коллекция итальянского бренда Creama&Cioccolato, представленная зажигательными темнокожими моделями. Необычно футуристическим было дефиле от молодого бренда GalaGen, который подарил взору

публики авангардную коллекцию «Электра», вдохновленную одноименной трагедией Софокла.

Не менее экстравагантным был показ от дизайнера Bronislav ViTusevich, создателя первого в России тюнинг-ателье джинсовой одежды. «Я благодарен организаторам Недели моды от «Эстет» за предоставленную возможность выступить здесь, — сказал Бронислав Витусевич. — Мне понравилась идея совместить дизайнерскую одежду и предметы ювелирного искусства, потому что ни один образ не может считаться законченным без украшений. И если вечерние платья предполагают как минимум бриллианты, то одежда, которую создаю я (а это оригинально обработанные вещи из денима), требует яркой бижутерии. Хочу пожелать этой дизайнерско-ювелирной Неделе моды продвижения и развития в таком интересном и новом формате».

Ассоциация модельеров России на Неделе моды от «Эстет» «Весна-2012» была представлена шестью дизайнерами. Открыла показ Валентина Мельникова с фрагментом коллекции «Исполнение желания». Затем свое дизайнерское искусство продемонстрировали Елена Кондрина (коллекция «Убить Фрейда»), Мария Першина (коллекция «Воинствующая красота»), Екатерина Хандрикова (коллекция «Соблазн»), Полина Пютсеп (коллекция «Времена города»), Вера Черепова (меховая коллекция).

Показ от дизайнера Елены Стариковой был составлен из коллекций pr t-a-porte «Весна-лето 2012» «Примавера» и «Вечернее поппури», в то время как Маргарита Голубева показала в своем дефиле фрагменты трех коллекций: «Цветы России», «Ноктюрн», «Воспоминания».

Как всегда, ярким, масштабным и динамичным был показ дизайнерского дуэта Яны и Анастасии Шевченко YanaStasia. В этом сезоне Яна и Анастасия Шевченко представили одежду для поклонников зимних видов спорта. Горнолыжные костюмы и аксессуары, выполненные традиционно в русском стиле с орнаментами гжели и павловопосадского платка, не оставили равнодушными любителей высокой моды. Показ от Модного дома Cartas ознаменовался премьерой коллекции «Версаль», которая создавалась в Париже и была сделана специально для Недели моды от «Эстет», причем в рекордно короткие сроки. Как всегда у этого бренда, безупречными были и крой, и цветовая гамма, и выбор тканей

Широко на Неделе моды от «Эстет» была представлена детская тема. Галерея детской одежды «Якиманка» показала новую мультибрендовую коллекцию «Весна-лето 2012».

Завершал Неделю моды от «Эстет» специальный показ от модного французского бренда Viquious. Основатель марки Владимир Викью — ученик легендарного модельера Пьера Кардена. Впервые в рамках своего бренда Викью создал детскую коллекцию, которую раньше всех увидели гости Недели моды от «Эстет».

Показ был необычным и носил также социально ориентированный характер — в нем помимо юных участников Школы моделей принимали участие дети с ограниченными возможностями из реабилитационного центра для инвалидов, которые в подарок получили демонстрируемую одежду. Двух девочек организаторы специально привезли в Москву из новосибирского детского дома № 13. Показ представляли сам кутюрье Владимир Викью и модель, телеведущая, актриса и певица Ирина Дмитракова, соорганизатор этого проекта. Специалисты сети салонов красоты En Vogue превратили маленьких участниц показа в маленьких принцесс — сделали им прически и макияж.

В числе звездных персон, посетивших Неделю моды от «Эстет» были легендарный Владислав Третьяк, Народный артист России, пианист Юрий Розум, телеведущие Роза Сябитова и Татьяна Судец, политик Алексей Митрофанов, певец Антон Зацепин, группы «Премьер-министр» и «На-на», телеведущая и модель Эмилия Вишневская, звезды эстрады Азиза, Катя Лель, Алена Высотская, Лама, Мария Булавина, Лоя и другие.

Философия качества

Потребность во все более высоком уровне качества постоянно растет во всех промышленных отраслях, и ювелирная отрасль не является исключением. Кроме того, эстетические характеристики могут быть выявлены сразу же и представляют собой наиболее важный аспект ювелирных изделий. Поэтому внимание обеспечению качества должно уделяться в полной мере с первых этапов производства до полировки, в особенности это касается компаний, имя которых на рынке хорошо известно.
Этой ситуации еще более способствует конкуренция с производителями западных стран, а также с азиатскими компаниями. Довольно часто наиболее высокая конкуренция имеет место как раз в сфере качества продукции.
Достижение высокого качества предполагает наличие многих условий: технологии, оборудование, специалисты, новые разработки и, следовательно, все большие вложения и расходы. В связи с этим возникает естественный вопрос, сможет ли потребитель понять ту огромную работу, которую проделывает компания, или он признает этот факт лишь косвенным образом, приняв решение купить товар (данный вид признания не стоит недооценивать!).
Создание системы обеспечения качества продукции, регламентируемого отраслевыми стандартами и соответствующего возросшим потребительским требованиям, постоянное повышение уровня качества — проблемы, с которыми сталкивается любое ювелирное производственное предприятие. Торговые организации также не могут игнорировать эти вопросы, ведь именно к ним покупатели предъявляют претензии, возвращая изделия с дефектами. Одним из ключевых моментов этого процесса является деятельность товароведа, который, принимая партию товара от производителя, должен обращать самое пристальное внимание на качество продукции.
Мы задали вопросы специалистам ведущих предприятий нашей страны, чтобы разобраться, как организован контроль качества продукции на ювелирных и часовых заводах страны, а также на предприятиях торговли. Результаты этой работы представлены в данном материале.

Контроль качества на производстве: НИКА

Елена Сватикова, заместитель генерального директора часового завода НИКА:

1. Какие принципы положены в основу контроля качества на вашем предприятии с первых этапов производства до полировки? Как задействованы в этом новые технологии, оборудование, специалисты, новые разработки?

2. Как на вашем предприятии организован внутренний (продукция предприятия) и внешний (сырье, используемое в производстве) контроль качества?

Уровень качества продукции закладывается еще на этапе проектирования изделия и технологии его производства. Задача специалистов завода по контролю качества состоит в предупреждении и выявлении несоответствий параметров изделий тому, что есть в технологической документации.

Необходимо понимать, что качество всегда измеряемо. Каждая деталь, выпускаемая на нашем заводе, имеет свой маршрут контроля, свои методы контроля и измерительные приборы, с помощью которых дается объективная оценка соответствия предъявляемым требованиям. Так, на выходе с заготовительного участка мы определяем твердость проката и состав сплавов, на выходе с участка штамповки — габаритные размеры деталей, с полировки — качество поверхностной обработки.

Основными принципами по контролю качества являются:

— объективность контроля;

— масштабность контроля (неотвратимость);

— обратная связь.

Последний принцип — один из самых значимых, поскольку показатель в ноль дефектов может быть достигнут только теоретически. Поэтому технологическая служба тщательно изучает дефекты, найденные контролерами, классифицирует их по степени важности, по характеру причин их возникновения, определяет, на каком именно участке они были допущены, и вносит предложения относительно мер устранения. Важно помнить, что настоящее качество достигается путем предупреждения ошибок, а не их обнаружением и исправлением.

Справка:

Производство часового завода НИКА сертифицировано по системе менеджмента качества ISO 9001:2008, что гарантирует высокое качество продукции. Все изделия проходят строгий внутренний контроль качества и имеют двухлетнюю гарантию от производителя. Гарантийное и постгарантийное обслуживание покупателей осуществляется в сертифицированных сервисных центрах по всей России, число которых к настоящему моменту превысило 80.

Контроль качества на производстве: НИКА

Анастасия Дедова, директор по маркетингу Группы компаний НИКА:

3. Как организована обратная связь с потребителем? Наиболее часто возникающие претензии и методы их решения?

Налаженная обратная связь с клиентами — один из ключевых моментов успешного ведения бизнеса, поскольку позволяет адекватно оценивать ситуацию и своевременно предпринимать шаги по совершенствованию качества продукции и уровня сервиса. Каждый день на электронную почту и телефонный номер «горячей линии» поступают сообщения от клиентов, касающиеся самых разных сфер деятельности компании, в том числе по сотрудничеству, замене запчастей, приобретению продукции, трудоустройству и другие. Специалисты службы клиентской поддержки оперативно реагируют на запросы: предоставляют нужную информацию, дают рекомендации, а в случае необходимости связывают непосредственно с сотрудниками компании, ответственными за соответствующее направление работы. В случае поступления претензий — их процент очень низок — мы стараемся помочь клиенту в максимально сжатые сроки (отправляем необходимые запчасти, производим ремонт и прочее). Как показывают благодарные отзывы наших потребителей, клиентская служба нашей компании успешно справляется с поставленными задачами, в свою очередь мы очень признательны нашим клиентам за их замечания и советы.

4. Насколько развита культура ношения часов у покупателей, на ваш взгляд?

Культура ношения часов как таковая в России только зарождается, однако в последние годы ситуация постепенно стала меняться. Растет понимание того, что часы — это атрибут имиджа человека, аксессуар, формирующий облик успешного человека. Не менее важно и умение носить часы сообразно жизненной ситуации. Часы способны многое рассказать о характере человека и его статусе, его вкусе и чувстве стиля, поэтому к выбору часов необходимо относиться со всей ответственностью.

Качество, проверенное столетием

Марина Борисовна Никулина, начальник отдела контроля качества ОАО «Русские самоцветы»

Основной принцип, положенный в основу контроля качества на «Русских самоцветах», можно сформулировать следующим образом: мы стремимся завоевать доверие потребителей посредством поддержания высокого и стабильного качества продукции.

Особенность, которая выгодно отличает наше предприятие от многих других, — это наличие у нас центральной заводской лаборатории, благодаря которой мы можем проводить все необходимые исследования.

На каждой операции по изготовлению изделия оно проверяется на наличие дефектов. Так, на нем ни в коем случае не должно быть вмятин, царапин, следов инструмента, клея и так далее. При обнаружении дефекта изделие отправляют на предыдущую операцию. Все полуфабрикаты обязательно проходят дополнительную проверку в Северо-Западной государственной инспекции пробирного надзора, где на них ставят клейма.

Вставки, предназначенные для применения в изделиях, соответствуют требованиям действующих стандартов и технических условий. Таким образом, если на бирке мы заявляем об определенных характеристиках вставок, значит, они им полностью соответствуют!

Для того чтобы избежать повреждений ювелирных изделий, необходимо соблюдать ряд несложных правил:

- Не рекомендуется оставлять на руке кольца во время выполнения домашних работ и при проведении любых водных процедур.
- Необходимо знать и помнить, что при использовании кремов и мазей, содержащих ртутные соединения, ювелирные изделия необходимо снимать во избежание появления темных пятен.

- Изделия с вставками следует предохранять от резкой смены температуры.
- Особо бережно следует относиться к ювелирным изделиям с бирюзой, жемчугом, кораллами и эмалью. От воздействия мыльной пены, косметических средств, духов, ацетона, бензина, воды, кислот, солнечного света цвет вставок и эмали может измениться.

Для предметов сервировки стола не допускаются:

- резкие перепады температуры;
- механические удары;
- контакты с веществами, содержащими хлор, йод, ртуть, серу;
- мойка в посудомоечной машине;
- использование в температурной среде свыше 50°С;

К изделиям с «невидимой» закрепкой стоит относиться максимально бережно, так как дальнейший их ремонт может стать очень трудоемким процессом.

Иногда покупатели обращаются со следующими проблемами: выпадение вставок, потемнение посуды, деформация изделий и так далее. С этими и другими неблагоприятными изменениями можно не столкнуться, если придерживаться правил, о которых я уже сказала.

При покупке ювелирных украшений необходимо обратить внимание на замки и вставки. Помните, что поверхностные царапины можно убрать специальными средствами и салфетками. Иными словами, сейчас для покупателя создаются все условия для приобретения качественных украшений и их сохранения. К сожалению, культура ношения ювелирных изделий у российского потребителя только начинает развиваться. Однако в данном вопросе наблюдается положительная динамика, что не может не радовать производителей и продавцов подобных украшений.

Современные стандарты

Григорий Юрьевич Щернаков,
заместитель генерального директора по кадрам и развитию «Торгового дома Адамант»

В компании «Адамант» в 2011 году внедрена система качества ИСО 9001:2008. Это современный стандарт, в соответствии с которым система производства и поставок ювелирных изделий соответствует международным требованиям. Наличие данного сертификата является важной составляющей для наших российских и заграничных партнеров.

Для рядового потребителя, которому приведенный выше стандарт мало о чем скажет, замечу, что по результатам прошлого года абсолютный объем производства в килограммах золотых и серебряных цепей оказался выше, чем у других российских заводов. Этот показатель характеризует популярность и качественную составляющую нашей продукции — ведь низкокачественные цепи в таких объемах востребованы не будут.

Описание контроля на заводе в деталях может занять не одну страницу — на предприятии постоянно совершенствуются технология производства, информационное обеспечение, повышается квалификация персонала. Не обходится, конечно, и без трудных, спорных моментов — в нашем деле достаточно «подводных камней» — будет несправедливо утверждать, что все всегда гладко. Но это ординарные ситуации, которые разрешаются в рабочем порядке. Мы первыми в РФ начали производство пустотелых цепей в золоте, а потом и в серебре, ввели ряд отраслевых новшеств в области производства и маркетинга, а потому роль первопроходца для «Адаманта» — норма. Естественно, она неизбежно связана с использованием метода проб и ошибок. На московской выставке «Новый Русский Стиль» мы удивим наших действующих и новых клиентов своими новшествами. Будут они и сфере качества!

В настоящее время налажена прочная обратная связь с потребителем. Эту связь мы считаем весьма важной для дальнейшего развития.

А на сегодняшний день любой покупатель может обратиться за консультацией и помощью в решении спорных вопросов качества применительно к нашей продукции.

В случае таких обращений по телефону, почте и любым другим доступным способом мы задействуем наших лучших специалистов, включая руководителей предприятия.

Что касается культуры ношения, то она во многом обусловлена ролью ювелирного изделия в жизни конкретного человека. А вот формировать эту культуру в сегодняшних условиях обязаны, по моему убеждению, в первую очередь представители торговли. В большинстве случаев покупка совершается в розничных магазинах, и информацию о продукте, предприятии-изготовителе или бренде покупатель узнает именно там. А вот обеспечить магазин надлежащей информацией — задача поставщика. Важно понимать, что чем продуктивнее, плотнее отношения между производителем и розницей, тем больших результатов они добьются, а в конечном итоге от такого сотрудничества выиграют потребитель и рынок РФ.

РЕСТЭК JUNWEX

Клуб «Российская ювелирная торговля»

РосЮвелирЭксперт

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЮВЕЛИРНЫЕ ВЫСТАВКИ

JUNWEX ПЕТЕРБУРГ

6—10 февраля 2013

Санкт-Петербург, Ленэкспо

JUNWEX НОВЫЙ РУССКИЙ СТИЛЬ

30 мая – 3 июня 2012

Москва, ВВЦ, павильон 75

JUNWEX МОСКВА

15—19 сентября 2012

Москва, ВВЦ, павильоны 75, 69

JUNWEX WATCH

15—19 сентября 2012

Москва, ВВЦ, павильон 75

ЮВЕЛИРНЫЕ ВЫСТАВКИ ФОРМАТА CASH&CARRY

Лучшие Украшения России ПИТЕР-ЮВЕЛИР

30 января – 3 февраля 2013

Санкт-Петербург, ЦВЗ «Манеж»

Лучшие Украшения России

6–9 марта 2012

Москва, ВВЦ, павильон 75

JUNWEX ЕКАТЕРИНБУРГ

22–25 ноября 2012

Екатеринбург, Атриум Палас Отель

Лучшие Украшения России

5–9 декабря 2012

Москва, ВВЦ, павильон 75

Лучшие Украшения России

12–16 декабря 2012

Санкт-Петербург, ЦВЗ «Манеж»

junwex@restec.ru (812) 320-80-90, 303-98-60 www.junwex.com

реклама

Эталонное качество

Сергей Малков, начальник производственной площадки «РИНГО», Екатеринбург

1. Какие принципы положены в основу контроля качества на предприятии?

Производство на нашем предприятии осуществляется по принципу тотального качества — для этого создан отдел технического контроля (ОТК). Каждое изделие проверяется на соответствие требованиям качества к продукции на всех этапах производства. С момента изготовления восковок (восковых копий модели) по всей цепочке технологических операций: литья, монтажа, сборки, закрепки, полировки — и до завершения производственного процесса: доставки в отдел упаковки — ювелирное украшение проверяется контролерами ОТК на соответствие качества. Без визы контролера ОТК на сопроводительном листке изделие не может передаваться по технологическому потоку. Оценка контроля качества осуществляется визуальным способом, а также с применением оптических и измерительных инструментов.

Автоматизация контроля качества (на программном уровне) позволяет нам тщательно анализировать собранную информацию, выявлять критические моменты производственного процесса и вносить в него необходимые улучшения.

2. Как на предприятии организован внутренний и внешний контроль качества?

О внутреннем контроле качества я рассказал. Могу лишь добавить, что основой является уровень профессионализма — как ювелиров, так и непосредственно контролеров ОТК.

Внешний же контроль качества осуществляется при закупке сырья. Главная гарантия качества заключается в том, что сырье мы закупаем только у проверенных поставщиков. При покупке драгоценных металлов, безусловно, требуется обязательное наличие у поставщика сертификата соответствия ГОСТу и техническим требованиям, действующим на территории РФ, на каждую поставку.

Камни подвергаются стандартной проверке на размер и качество геммологами, имеющими многолетний опыт в оценке и приемке драгоценных камней на соответствие ТУ.

3. Как организована обратная связь с потребителем?

Обратная связь налажена по системе рекламации через управляющих и товароведов салонов, с которыми мы сотрудничаем.

4. Насколько развита культура ношения ювелирных изделий у покупателей?

Культура ношения украшений в разных ценовых сегментах различна. Украшения массового сегмента предназначены для повседневной носки, и порою кажется, что хозяева устраивают им такие экстремальные испытания, что после года эксплуатации потерявшие блеск и форму они превращаются из украшения в объект для переплавки.

Дорогие и эксклюзивные украшения обычно имеют хороший внешний вид, за ними ухаживают, носят аккуратно — надевают «по случаю», хранят в защищенном от нежелательных воздействий месте, но со временем и им требуется профессиональная чистка или реставрация.

Московская Международная Выставка
ЮВЕЛИР
МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
ЮВЕЛИРНАЯ И ЧАСОВАЯ ВЫСТАВКА
Ювелир-Весна
3 – 9 марта 2012 года
КВЦ «СОКОЛЬНИКИ»
организатор «РОСЮВЕЛИРЭКСПО»
тел./факс: (495) 517 6673, 417 0204
http://www.rosyuvelirexpo.ru

Московская Международная Выставка
ЮВЕЛИР
МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
ЮВЕЛИРНАЯ И ЧАСОВАЯ ВЫСТАВКА
Ювелир-2
24 - 28 мая 2012 года
КВЦ «СОКОЛЬНИКИ»
организатор «РОСЮВЕЛИРЭКСПО»
тел./факс: (495) 517 6673, 417 0204
http://www.rosyuvelirexpo.ru

Московская Международная Выставка
ЮВЕЛИР
Ювелир-2012
МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
ЮВЕЛИРНАЯ И ЧАСОВАЯ ВЫСТАВКА
3 - 10 сентября 2012 года
КВЦ «СОКОЛЬНИКИ»
организатор «РОСЮВЕЛИРЭКСПО»
тел./факс: (495) 517 6673, 417 0204
http://www.rosyuvelirexpo.ru
реклама

Московская Международная Выставка
ЮВЕЛИР
МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ
ЮВЕЛИРНАЯ И ЧАСОВАЯ ВЫСТАВКА
Ювелир-3
3 – 13 декабря 2012 года
КВЦ «СОКОЛЬНИКИ»
организатор «РОСЮВЕЛИРЭКСПО»
тел./факс: (495) 517 6673, 417 0204
http://www.rosyuvelirexpo.ru

Торговля. Формула успеха

Ксения Юрьевна Доценко, генеральный директор розничной сети «Бронницкий ювелир»:

1. Какие принципы положены в основу контроля качества на вашем предприятии?

Мы применяем методики, предусмотренные ГОСТ, для обеспечения работы СМК мы используем также ряд внутренних нормативов, разработанных нами самостоятельно.

2. Соблюдение каких практических рекомендаций позволит товароведу избежать возникновения конфликтных ситуаций с покупателем по поводу того или иного дефекта ювелирного изделия?

Для этого нужно знать все технологические нюансы производства конкретных украшений при внедрении конкретных изделий в продажу; заранее оценить риски принятия клиентом тех или иных особенностей украшения; быть заранее готовым к возможному возникновению недопонимания, уметь проводить разъяснительную работу с покупателем, а также с пониманием относиться к нуждам и сомнениям клиента и быть действительно настроенным на выгодное для клиента разрешение проблемы.

3. С какими основными видами повреждений ювелирных изделий обращаются покупатели? На какие конструкционные особенности изделия товароведу необходимо обратить особое внимание при приемке товара, чтобы впоследствии таких обращений было меньше?

Как показывает практика, чаще всего имеют место случаи повреждения вставок механического характера (от удара и т. п.), часто обращаются и с просьбами вставить новые камни взамен выпавших, правда, тут речь не о наших украшениях — у нас технически исключена возможность выпадения камней, — но люди, купившие где-либо эти украшения, тем не менее приходят к нам и просят помочь. Иногда обращаются по поводу деформации металлической части украшения, например, когда гнется кольцо при ударе. По конструкционным особенностям — тут такое множество нюансов, что можно писать прикладные трактаты… В целом, важно оценивать конструктивную прочность украшения, качество закрепки вставок…

4. Как обстоят дела с качеством полых изделий (российских и зарубежных)?

В каждом конкретном случае все зависит от обстоятельств. В целом, конечно, к российским украшениям подобного рода замечаний меньше, даже если рассматривать не самые дорогие украшения. У зарубежных украшений иногда наши специалисты отмечают некоторые негативные характеристики по качеству.

5. Насколько, на ваш взгляд, развита культура ношения ювелирных изделий у покупателей?

С культурой ношения, на наш взгляд, все в полном порядке. А вот с культурой подбора, ухода — тут есть к чему стремиться.

6. Довольно часто покупатель жалуется на то, что «серебряная цепочка потемнела» или что «на поверхности кольца царапины и отсутствует блеск». Как товаровед (продавец) может предотвратить такую ситуацию?

Тут все очевидно — нужно объяснять покупателю правила ухода и поддержания украшений в форме, давать ему при покупке памятки по уходу за украшениями, напоминать ему об этом при каждой удобной возможности, предлагать ему услуги по «освежению» внешнего вида украшений. И доброжелательно помогать ему по мере обращения за помощью!

7. Каким образом, на ваш взгляд, можно снизить риск возникновения повреждений ювелирного изделия на этапе производства и на этапе приема изделий товароведом торговой организации?

На производстве необходимо неукоснительно соблюдать стандарты работы, при их соблюдении риски возникновения повреждений минимальны. Точно так же необходимо поступать и при приемке в торговлю — для нее также существуют свои стандарты (регламентирующие, например, организацию рабочего места эксперта или инструментарий для приемки товара и так далее), их просто надо выполнять!

Торговля. Формула успеха

Олег Решетняк, коммерческий директор ювелирных сетей «585», «Золотой»:

1. Какие принципы положены в основу контроля качества на вашем предприятии?

В нашей сети это обеспечивается благодаря строгому следованию требованиям ОСТ 117-03-002-95 при подготовке изделий к продаже; повышенному вниманию к технологическим деталям, таким как качество закрепки камней, надежность и функциональность замков и застежек, соответствие цвета драгоценных металлов и камней, других вставок заявленным характеристикам и дизайну изделия в целом.

2. С какими основными видами повреждений ювелирных изделий обращаются покупатели? На какие конструкционные особенности изделия товароведу необходимо обратить особое внимание при приемке товара, чтобы впоследствии таких обращений было меньше?

Наиболее частые повреждения — это потеря камня (последствие ненадежного крепления вставки или неправильного обращения с изделием); разрыв звеньев в цепях и браслетах, залом цепей (браслетов) жесткого плетения (как правило, в результате неправильного обращения с изделиями) и потемнение серебряных изделий.

3. Как обстоят дела с качеством полых изделий (российских и зарубежных)?

Качество пустотелых изделий, выставленных на продажу в нашей сети, соответствует предъявленным к нему требованиям и ожиданиям.

4. Насколько, на ваш взгляд, развита культура ношения ювелирных изделий у покупателей?

Принято считать, что ювелирные украшения — отражение моды и статуса человека, это часть культуры любого общества. Россия имеет давние традиции понимания культуры ношения ювелирных изделий, которую в современном мире диктует мода.

Согласно старому правилу, не следует смешивать в своем наряде золотые и серебряные украшения. Но иногда правила создаются для того, чтобы их нарушать. Поэтому, если наши клиенты желают выглядеть более традиционно, рекомендуется придерживаться одного вида драгметалла. Если же нравится смешивать металлы, то нужно выбирать украшения одного стиля.

Молодым девушкам советуем носить изящные кольца, подвески из серебра и золота, цепи, изделия из бирюзы, жемчуга, украшения с самоцветами. Женщинам старшего возраста подойдут массивные и дорогие изделия с драгоценными камнями.

5. Довольно часто покупатель жалуется на то, что «серебряная цепочка потемнела» или что «на поверхности кольца царапины и отсутствует блеск». Как товаровед (продавец) может предотвратить такую ситуацию?

Да, действительно, потемнение серебра и появление царапин на ювелирных изделиях довольно распространенное явление. Для предотвращения таких ситуаций каждому клиенту предлагаются профессиональные чистящие средства по уходу за украшениями. Они не просто очищают изделия из золота и серебра в домашних условиях, но и устраняют потемнения и возвращают изделиям первозданный блеск и красоту. Такие средства дают возможность поддерживать украшения в идеальном виде на протяжении долгих лет.

6. Каким образом, на ваш взгляд, можно снизить риск возникновения повреждений ювелирного изделия на этапе производства и на этапе приема изделий товароведом торговой организации?

Наличие индивидуальной упаковки с самого начала производственного цикла значительно снижает риски поломки изделий, позволяет избежать механических повреждений и потери деталей неготовых изделий (полуфабрикатов).

При приеме товара необходимо учитывать технологические особенности ряда изделий (например, цепи жесткого плетения, пустотелые изделия), отличающихся повышенной хрупкостью. Надежная упаковка и бережная транспортировка изделий обеспечивают продажу качественных изделий в наших магазинах.

Торговля. Формула успеха

Юлия Чичиланова, управляющая фирменных салонов «РИНГО» (Екатеринбург):

1. Какие принципы положены в основу контроля качества на вашем предприятии?

В фирменных салонах «РИНГО» представлены практически все коллекции торговой марки «РИНГО», вся продукция которой проходит многоступенчатый контроль на производстве.

Помимо этого, мы продаем ювелирные украшения многих ведущих российских производителей. При формировании товарного профиля сторонних поставщиков мы учитываем следующие критерии:

1. репутация поставщика;
2. качество продукта;
3. анализ продукции по соотношению цена-качество;
4. «живые» отборки. Специалист компании должен увидеть «в лицо» украшения, предлагаемые поставщиком, для того чтобы визуально оценить их дизайн и качество, а потом уже цену.

Прием товара проводится высококлассным специалистом-товароведом, в исключительных случаях мы приглашаем для консультаций специалистов контроля ОТК производственной площадки «РИНГО».

2. Соблюдение каких практических рекомендаций позволит товароведу избежать возникновения конфликтных ситуаций с покупателем по поводу того или иного дефекта ювелирного изделия?

Политика нашей компании заключается в том, чтобы в любом случае рассматривать все замечания покупателей, так как полученная информация может позволить нам улучшить качество работы. При этом мы руководствуемся следующими инструкциями:

1. строго контролировать качество при приемке;
2. консультироваться в сложных ситуациях с технологами «РИНГО», получать их оценки;
3. возвращать отбракованный товар в случае серьезного производственного дефекта;
4. в любой ситуации сохранять позитивное расположение, всегда быть на стороне покупателя, но не допускать покупательского шантажа;
5. оперативно обеспечивать выяснение причины дефекта и его устранение;
6. предлагать покупателю не менее двух вариантов решения вопроса.

3. С какими основными видами повреждений ювелирных изделий обращаются покупатели? На какие конструктивные особенности изделия товароведу необходимо обратить особое внимание при приемке товара, чтобы впоследствии таких обращений было меньше?

Отмечу наиболее частые обращения покупателей, связанные с:

1. выпадением вставок;
2. дефектами декоративных покрытий (родий, эмаль);
3. дефектами замков и механизмов;
4. повреждением каста или декоративной накладки.

4. Как обстоят дела с качеством полых изделий (российских и зарубежных)?

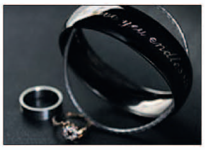
У нас есть опыт продаж зарубежных полых украшений. В основном это изделия из серебра с различными покрытиями. При том, что при выборе товара мы исходим из постулата качества, у всех украшений данной категории есть один общий недостаток — со временем происходит изменение родиевого покрытия. В этих случаях на помощь нам приходит производственная площадка «РИНГО», которая проводит реставрацию украшений и контроль ОТК.

5. Насколько, на ваш взгляд, развита культура ношения ювелирных изделий у покупателей?

К сожалению, отношение к драгоценностям у нас весьма своеобразное. До сих пор ювелирное украшение выступает в качестве показателя уровня достатка, а не как аксессуар, подчеркивающий и дополняющий стиль своего владельца. Порою стремление показать свой достаток доходит до вульгарности — все украшения надеваются сразу, независимо от ситуации, повода и костюма. Нельзя забывать, что признаком хорошего вкуса считается чувство меры. Или другая крайность, когда довольствуются подвеской на цепочке, подаренной бабушкой на восемнадцатилетие.

6. Довольно часто покупатель жалуется на то, что «серебряная цепочка потемнела» или что «на поверхности кольца царапины и отсутствует блеск». Как товаровед (продавец) может предотвратить такую ситуацию?

В этом случае необходимо на стадии оформления покупки рассказать о правилах ношения и ухода за ювелирными украшениями, о возможных изменениях внешнего вида изделия, способах избежать данных проблем. Предложить приобрести средства по уходу за ювелирными украшениями. Рассказать о необходимости пользоваться услугами профессионалов (чистка, реставрация и тому подобное).



ГРАВИРОВКА КОЛЕЦ & БРАСЛЕТОВ ВНУТРИ & СНАРУЖИ

ДЛЯ ЮВЕЛИРНЫХ МАГАЗИНОВ И МАСТЕРСКИХ

RingCube

УНИКАЛЬНО

RingCube позволяет гравировать текст и символы на кольцах и браслетах, создавая уникальные, персональные подарки. Весьма привлекательный результат получается на ювелирных изделиях из золота, с позолотой, из серебра, стали и даже алюминия.
Русифицированный интерфейс программного обеспечения.
Сенсорный дисплей.

РОСТ БИЗНЕСА

Персонализация ювелирных изделий - это эффективная услуга, которая может расширить Ваш спектр и привлечь новых клиентов.

СТИЛЬ

Этот компактный гравировальный станок идеально впишется в интерьер любого места продажи ювелирных изделий и поможет увеличить его привлекательность.

ПРОСТОТА

Пять шагов создания дизайна гравировки.
1. Ввод размеров изделия (ширина и диаметр)
2. Создание надписи (русский или латинский шрифт)
3. Предпросмотр
4. Подтверждение
5. Гравировка

СОВЕРШЕНСТВО

Алмазный наконечник RingCube позволяет достичь выдающегося качества и долговечности гравировки. Разрешите клиентам посмотреть и разделить с Вами удовольствие от гравировки.

Сделано во Франции

PROPEN
PERSONALIZATION FOR RETAIL

Станок для гравировки на кольцах RingCube

Режущий инструмент	алмазный
Сенсорный экран	145 мм
Размеры аппарата	225 x 270 x 385 мм
Вес	7,5 кг
Артикул по каталогу «Сапфир»	12029 – внутр. и внешн.
	12829 – только внутр.

реклама

САПФИР

Ювелирный технопарк «Сапфир»
Москва, ул. Люблинская, 18А; ст. метро «Текстильщики»
www.sapphire.ru; (495) 739-4311, доб. 144, Мария Игнатьева

7. Каким образом, на ваш взгляд, можно снизить риск возникновения повреждений ювелирного изделия на этапе производства и на этапе приема изделий товароведом торговой организации?

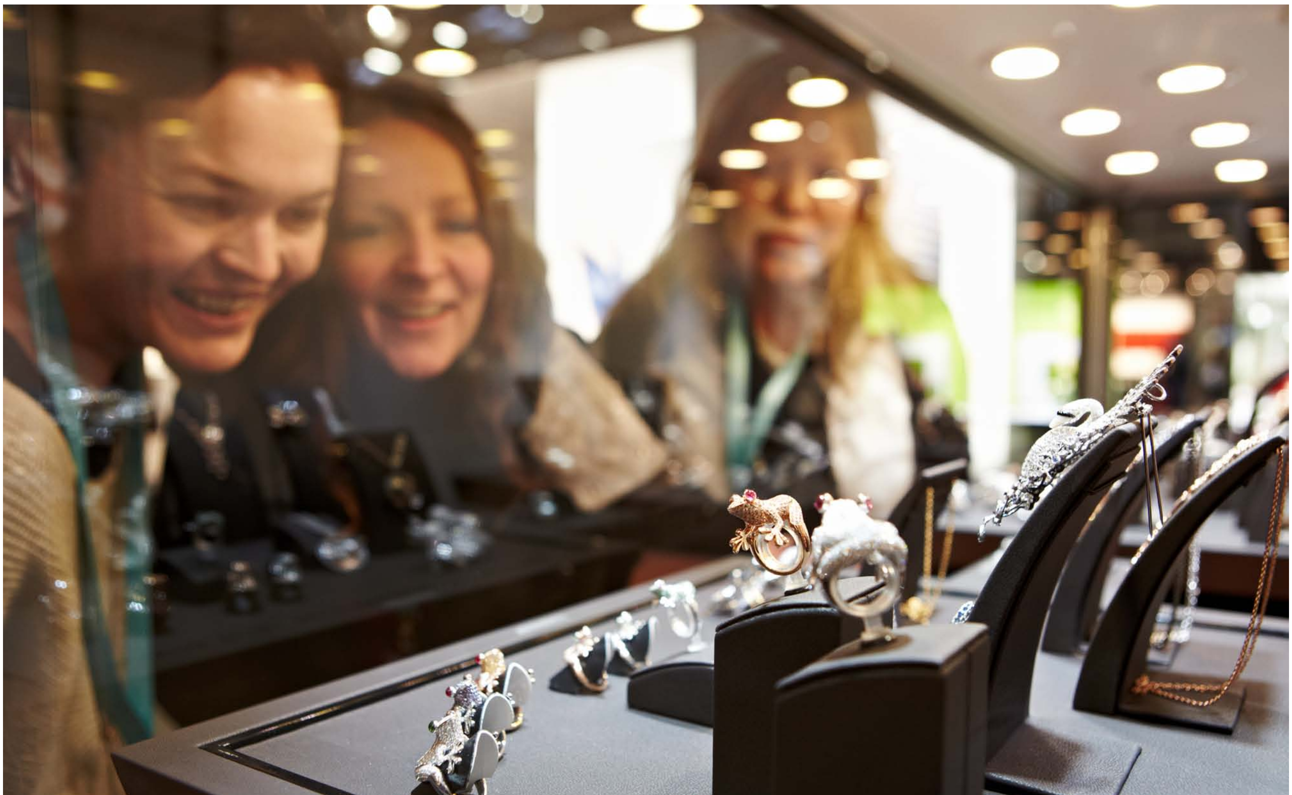
На этапе производства — это, конечно же, наличие высококлассных специалистов на каждом этапе производственной цепочки и многоступенчатый контроль ОТК.

В торговле «первую скрипку» играют высокопрофессиональные товароведы и грамотные продавцы-консультанты. Другими словами, здесь также важен принцип многоуровневого подхода.

Резюме

Уровень требований к качеству ювелирных украшений постоянно растет, особенно в сегменте дорогих украшений. Поэтому растут и обязательства производителей, их инвестиции в качество продукции, и эти постоянные улучшения требуют серьезных усилий.

Покупатель в принципе понимает, что украшение, которое он покупает, представляет собой не просто дизайнерское изделие, нравящееся ему, но и то, что оно имеет уровень качества, которое отличает его от похожих изделий. Когда через некоторое время ювелирное украшение неожиданно претерпевает какое-то изменение, даже если в этом нельзя винить производителя (естественное изнашивание, реакции с окружающей средой), порою подтачивается и доверие к продукции фирмы, возникают подозрения и предъявляются претензии. В этот момент очень важно иметь возможность дать честные ответы, которые могут убедить покупателя в хорошем качестве изделия. Но почему покупатели жалуются? Конечно, в этом присутствует определенный элемент неосведомленности: плохое знание свойств и поведения материалов, как в отношении сплавов, так и камней. Могут быть и случаи неосознанного неправильного использования, которые тоже являются следствием неосведомленности. Но прежде всего мы должны помнить, что ювелирные украшения представляют собой эмоциональную ценность, и поэтому мы все время сталкиваемся с неконтролируемыми проявлениями иррациональности. Это нелегкая задача, но добиться повышения культуры рынка и, следовательно, лучшего понимания уровня качества приобретаемых украшений необходимо, и в этом одинаково заинтересованы как производители, так и продавцы ювелирных украшений и часов.



DАНИАЛИС

ювелирнаякосметика.рф

чистящие влажные салфетки для ювелирных изделий

полирующие салфетки для ювелирных изделий

средства для чистки для ювелирных изделий

перчатки для продавцов ювелирных магазинов

реклама

На территории РФ торговая марка зарегистрирована — ООО «РА«Русский Ювелир».
Продукция имеет все необходимые сертификаты, предусмотренные законом РФ.
Поставка продукции производится со склада в Санкт-Петербурге и Москве.

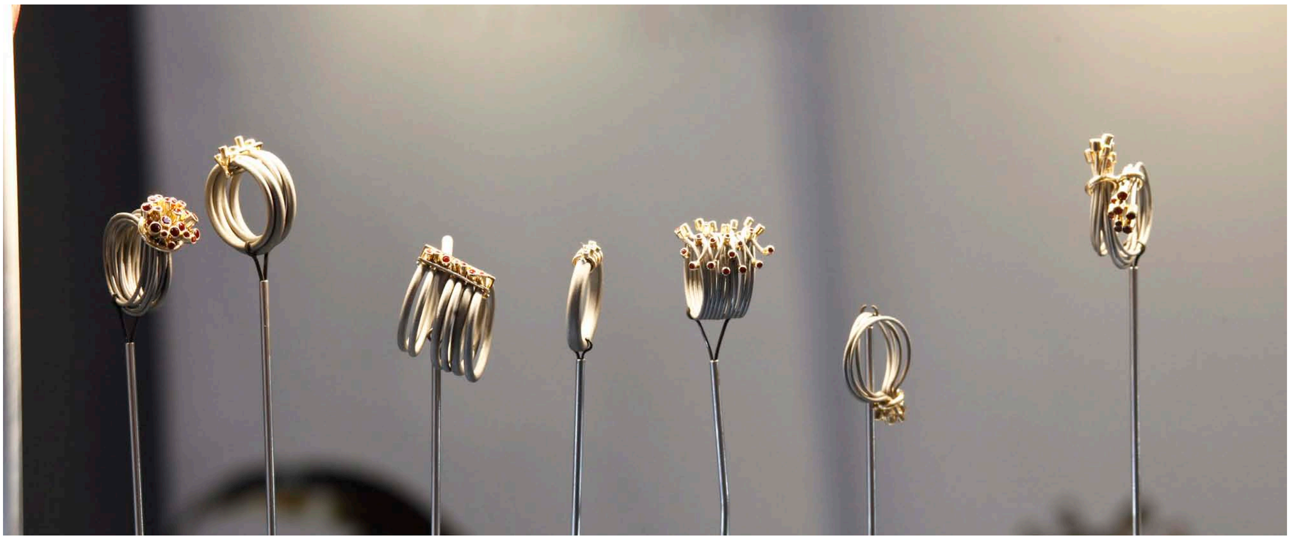
По вопросам оптовых поставок: ООО «РА «Русский Ювелир» (Dаниалис™), 199034, Санкт-Петербург, В.О., 16-я линия, д. 7 т./ф.: +7 (812) 327-75-65/66, +7 (812) 328-05-51/61, www.danialis.ru, www.ювелирнаякосметика.рф, e-mail: info@danialis.ru

ДИЛЕРЫ

Москва: ООО «КЛИО», 119991, Москва, Ленинский пр., д. 6, тел./факс: +7 (495) 237-39-96, 237-48-42, 237-67- 66
Санкт-Петербург: ООО «ПРОМЫШЛЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ», ул. Цветочная, д. 25, офис 508, тел./ факс: +7 (812) 718-76-02, 336-39-48

Михаил Константинович Чижов

Качество стоит денег



Темой беседы с руководителем геммологической службы компании «Русские самоцветы», готовящейся в этом году отметить вековой юбилей, мы определили проблему качества ювелирных изделий и осуществление контроля за ним.

Почему нам интересен взгляд именно сотрудника ОАО «Русские самоцветы»? Для этого, пожалуй, необходимо провести небольшой экскурс в историю предприятия. Имя Карла Фаберже известно, пожалуй, каждому образованному человеку, а вот то что, после революции оставшиеся в России ювелиры в основном работали на Ленинградской ювелирной фабрике, в 1969 году вошедшей в Ленинградский ювелирный завод «Русские самоцветы», знают не многие. Значение этого события сложно переоценить, так как все традиции ювелирной школы дореволюционного Петербурга были переданы, сохранены и приумножены ювелирами следующих поколений, работающих на «Русских самоцветах».

Высокое качество изделий возможно только при соблюдении нескольких условий: первое и главное — профессионализм работников и второе — организация работы отделов контроля продукции на различных этапах производства. И пальма первенства в этом вновь принадлежит «Русским самоцветам». Организованный на базе предприятия в 1966 году ВНИИювелирпром среди множества различных задач решал и те, которые способствовали налаживанию учета и контроля в отрасли. За годы работы был проделан колоссальный труд и создана нормативно-техническая документация для обеспечения надлежащего контроля качества ювелирных изделий. Это не были документы, оторванные от жизни, написанные для галочки, нет. Благодаря этим разработкам на «Русских самоцветах» работали и работают по сей день отделы контроля качества цветного сырья. Все драгоценные камни, закупаемые заводом, проходят строжайший отбор на соответствие ГОСТу. Все изделия, выпускаемые предприятием, также проходят контроль качества.

И смеем вас заверить, «Русские самоцветы» отлично знают, что такое качество.

Михаил Константинович Чижов:

На мой взгляд, на сегодняшний день сложилась весьма необычная ситуация, при которой производители ювелирных изделий и продавцы ювелирных изделий совершенно не заинтересованы в качестве выпускаемых ими украшений. В качестве заинтересованы только покупатели, но они не знают об этом. Вот в чем парадокс.

Почему? Недавно я проводил семинар для крупнейших магазинов в Белоруссии. После доклада одна женщина подошла и сказала, что ее поразила одна высказанная мною мысль: «Качество стоит денег». Это мысль глобальная. Производитель, исходя из экономии, не заинтересован в дополнительных затратах, ведь сегодня нет никаких государственных орга-

нов, отслеживающих качество ювелирных изделий. Раньше существовал контроль, существовали ведомства, которые следили за тем, как поставлено производство, соответствие ОСТам выпускаемой продукции — не рвутся ли цепочки, насколько качественно произведена закрепка камней. На основе этого составляли акты — в НИИювелирпроме работал целый отдел, занимающийся этими вопросами. Сейчас этого контроля нет, существующая практика заключается в том, что у предприятий, стоящих на учете в пробирной инспекции и дорожащих своей репутацией, проверяют правильность пробы металла в ювелирных изделиях, а те предприятия, которые не пользуются услугами пробирных инспекций, вольны не выполнять никаких требований. Полная анархия привела к поразительным вещам: к примеру, подхожу я к компании, которая продает плохо сделанные изделия, и вижу, что их изделия не соответствуют ОСТу. В ответ на мое замечание слышу: «Какому ОСТу»? Понимаете, они не знают, что это такое, хотя ОСТ указан на их бирках. На многих предприятиях в целях экономии ОТК убирают вовсе, проводя лишь поверхностный контроль изделий. Производитель заинтересован в снижении себестоимости и потому убирает ОТК, требований к выпускаемой продукции лишь два: нужно, чтобы был внешний лоск изделия и отсутствовал внешний брак. Не более того. О том, что изделие может быстро сломаться, никто не задумывается, главное — чтобы купили. Кроме того, сейчас на рынок хлынул огромный поток зарубежных изделий, особенно из Азии. Если бы существовала проверка качества изделий, на выходе мы получили бы стопроцентный брак, я ручаюсь за свои слова! У нас образовалось огромное количество фирм-производителей, которые на самом деле ничего не производят, а только импортируют изделия, ставят клейма, иногда делают закрепку и ставят в продажу. Уверяю вас, большая часть этих изделий не соответствует техническим требованиям.

Все эти изделия они поставляют торговле. В чем заинтересована торговля? Купить подешевле, продать подороже. Купить подешевле — следовательно, в этом их интересы с производителем совпадают. При этом товар, не прошедший никаких инстанций: пробирной инспекции, а иногда и таможни, — сказочно дешев. К сожалению, многие магазины не думают о своей репутации.

К счастью, есть на рынке предприятия, дорожащие своей репутацией, такие как «Русские самоцветы», где сотрудницы отдела ОТК, имея стаж работы тридцать лет, не допускают никаких поблажек. И руководство компании это поддерживает, потому что репутация для нас — это главное. Кстати, наши клиенты — торговые организации — нас в этом поддерживают. Они говорят нам о том, что пусть наши изделия несколько дороже, зато к ним претензий со стороны покупателей нет! И с нами проще работать.

То есть существуют и добросовестные предприятия производства и торговли, но в современных условиях они поставлены в неравные условия с недобросовестными предприятиями, пришедшими на рынок, чтобы получить мгновенную прибыль и только. Мне представляется, что выход из сложившейся ситуации заключен в следующих шагах:

1. Необходимо каким-то образом контролировать качество товара на таможне.
2. Технический контроль. Необходимо проверять ювелирные изделия на соответствие нашему стандарту — ОСТы на ювелирные изделия у нас прописаны достаточно полно.
3. Контроль пробирной инспекции. Она должна осуществлять проверку ювелирных магазинов, а не только пробы металла у производителей, как теперь. Должны проверяться также камни и соответствие характеристик, указанных на бирке, самому изделию. Должны быть прописаны и самые серьезные санкции к магазинам-нарушителям: в этом случае магазин не возьмет «левый» товар, его будет невыгодно продавать, и «левая» торговля просто уйдет в небытие. Пресечь все эти нарушения вполне возможно экономическими мерами.

24-27 МАЯ
ВОЛГОГРАД
ЭКСПОЦЕНТР

3 Всероссийская специализированная выставка-продажа

Ювелирная Весна 2012

• ЮВЕЛИРНЫЕ ИЗДЕЛИЯ
• ЧАСЫ • БИЖУТЕРИЯ
• ДРАГОЦЕННЫЕ И ПОЛУДРАГОЦЕННЫЕ КАМНИ
• ЭЛИТНЫЕ ПОДАРКИ
• СТОЛОВОЕ СЕРЕБРО
• АВТОРСКИЕ РАБОТЫ

реклама

Организатор
Волгоград ЭКСПО

Выставочный центр "ВолгоградЭКСПО"
Т/ф: (8442) 55-13-17
uvelir@volgogradexpo.ru
www.volgogradexpo.ru

Генеральный информационный спонсор
всероссийский ювелирный каталог ЭКСПО ЮВЕЛИР

Генеральный информационный партнер
Айоланта издательский дом

Павел Сидоров, специалист по стратегическому маркетингу и мерчандайзингу, консультант Международного Бизнес-центра «6 карат»

Спасите коллекцию

6 карат
международный бизнес•центр

Как часто мы слышим в рекламе розничных магазинов или на выставочных стендах слово «коллекция»: «Новая коллекция жемчуга», «Новая коллекция серебра». Между тем что видит покупатель в магазине? Единичные украшения (в лучшем случае комплекты), вырванные из контекста и отличающиеся по цвету бирки от остальных изделий в том же планшете на прилавке. Словом, некоторое количество изделий, которые, по сути, не являются коллекцией.

Сбои происходят сразу на нескольких уровнях: при планировании коллекций на производстве, при отборке закупщиком, при презентации изделий в магазине. Закупщики в ювелирной рознице часто вырывают из контекста несколько отдельных комплектов. А при формировании выкладки в магазине их судьба может стать совсем плачевной. Если в них использованы разные вставки, они могут оказаться в разных витринах в совершенно неожиданном с точки зрения дизайна окружении.

Коллекции больше нет. Есть отдельные изделия. При этом украшения, вырванные из стилистического контекста, вызывают у покупателя недоумение: «Что это, почему это так отличается от остального товара?»

Получается парадоксальная вещь. Покупатель с детства привык видеть предметы, имеющие черты определенных (наиболее распространенных) художественных стилей: барокко, классицизм, романтизм, ар-нуво и т. д. Соответственно, украшения, которые имеют черты этих стилей, понятны покупателю. Они и составляют основную часть ассортимента магазинов. Если среди этого ровного поля появляется украшение, пусть даже очень красивое, но не вписывающееся в свое окружение, потребитель просто не может понять, что это. И рядом нет подсказок о том, что это изделие отражает целое направление. Что, например, к представленному кольцу есть и серьги, и подвески, и колье, что носить его можно с джинсами и свободной туникой на летнем отдыхе.

Вместо восхищения задумкой дизайнера в глазах покупателя непонимание. В итоге — залежавшийся товар, замороженные как минимум на год средства производителя и закупщика. И не предпринимается никаких шагов к формированию спроса на новое направление дизайна, в то время как, например, розничные операторы, продающие одежду, стремятся представлять комплексные решения, акцентируют их на витринах. Женщинам подсказывают (или диктуют): этот жакет нужно носить с такими джинсами, к ним подойдет этот шарф, к которому необходима вот эта сумка.

В то же время российские производители и дилеры крайне редко помогают розничным операторам продвигать свои украшения неценовыми методами. Скидки — да, отсрочки — да. Но все это не спасет злосчастный комплект, о котором мы говорили выше. Брендированное демонстрационное оборудование, дисплеи с рекламными постерами — все создается в единичном экземпляре для выставок. Ни бренда, ни рекламных материалов, которые раскроют смысл коллекции для покупателя и создадут ту самую добавленную стоимость, которая позволит увеличить маржу и для оптовика и для розницы.

Что в этом случае может делать розница? Если нет возможности влиять на производителя, чтобы он повышал добавленную стоимость товара, ситуацию значительно улучшит применение правил визуального мерчандайзинга.

ВОТ НЕСКОЛЬКО СОВЕТОВ

Более тонко подходите к формированию товарных групп.

Не спешите использовать традиционное разделение на золото и серебро, драгоценные и полудрагоценные камни. Эта классификация существует для нас, продавцов и производителей. Все больше покупателей интересуется в первую очередь дизайном, а уж потом материалами и технологиями. К этому их приучают и современные ювелиры, сочетая в дорогих люксовых украшениях драгоценные камни и поделочные, а то и вовсе не драгоценные материалы.

Откажитесь от традиционной для России планшетной выкладки украшений с драгоценными и полудрагоценными камнями.

Что мы говорим покупателю, когда кладем 20 колец в аккуратный планшет (палет)? «Посмотрите: здесь у нас изделия примерно однотипные, по одинаковой цене, их с конвейера десятки сходят, стоят они недорого». То есть мы усредняем, обесцениваем дизайн изделия, которое разместили в планшете. Используйте композиционную, многоуровневую выкладку, объединяйте комплекты и гарнитуры в смысловые группы, оставляя между этими группами пространство, тем самым концентрируя на них внимание покупателя.

Внимательно анализируйте изделия перед выкладкой, формируйте стилистические блоки.

Главный критерий объединения в такие блоки — это дизайн. Сгруппируйте изделия, в которых, например, преобладают растительные мотивы и завитки, присущие стилю романтизм, в единый блок. Четкие геометрические линии, камни со ступенчатой огранкой объедините в другой блок. Так покупателю не только будет проще сориентироваться, вы подскажете ему, какие сочетания он может использовать при ношении.

Используйте декоративные материалы.

Подбирайте их, исходя их материалов, цветов и фактур коллекции. Декор должен всегда располагаться сзади, на переднем плане главное: украшения! Деликатно используйте ткань. Она не должна выглядеть дешево, ее не стоит натягивать и превращать в скатерть. Пусть она мягко драпируется в естественные складки. Очень аккуратно вводите блестящие материалы, они не должны сверкать сильнее, чем украшения.

Используйте постеры и открытки, повышающие эмоциональную активность выкладки.

Мы эволюционно приспособлены к тому, чтобы «считывать» эмоции других людей по их

лицу, общему внешнему виду. Рекламные постеры с изображением моделей помогают не только «продать» эмоцию (вместе с украшением), но и развивать спрос. Так, в последнее время часто в рекламе мы видим изображения моделей, на пальцы которых надето сразу несколько коктейльных колец. Это постепенно становится нормой и среди потребителей.

Рассказывайте покупателям не только о материалах, но и о символах, стилистических приемах, использованных в коллекциях. «Вот здесь топаз закреплен лапками в виде стрекоз. Это не случайно. В Японии образ стрекозы символизировал добрые вести и теплый ветер. Стрекозу называли подругой незамужних девушек. Когда девушка смотрела на мужчину и в этот момент на его плечо садилась стрекоза, это означало, что тот мужчина был выбран девушке для наслаждения. Если на голову, то он станет единственным, способным привести ее в Сад Вечной Жизни. В Европе изображения стрекоз популярно с начала XIX века. Особенно у художников и ювелиров стиля ар-нуво. Один из самых знаменитых ювелиров мира Рене Лалик часто изображал стрекозу в своих шедеврах». Согласитесь, такая подача не просто превратит в глазах покупателя украшение в некий артефакт, но и поможет создать ту самую «добавленную стоимость», в которую привыкли инвестировать сетевые компании, действующие на самых разных рынках, но которой так мало интересуется ювелирная розница в России.

6 карат
международный бизнес•центр

РАСПИСАНИЕ СЕМИНАРОВ И ТРЕНИНГОВ «МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕС-ЦЕНТРА «6 КАРАТ» НА АПРЕЛЬ — МАЙ 2012 г.

№ п/п	ДАТА ПРОВЕДЕНИЯ	НАЗВАНИЕ, ФОРМА ОБУЧАЮЩЕГО МЕРОПРИЯТИЯ	ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ
		АПРЕЛЬ	
1	2 апреля	Семинар-практикум «Специальные приемы подбора продавцов на работу (методы и технологии)»	*Владельцы, руководители ювелирных магазинов и сетей, управляющие, администраторы, старшие продавцы, специалисты отделов по работе с персоналом*
2	3 апреля	Семинар-практикум «Разработка и внедрение стандартов работы сотрудников ювелирной компании»	*Владельцы, руководители ювелирных компаний, специалисты отделов по работе с персоналом*
3	4 апреля	Семинар «Федеральный пробирный надзор: учет драгоценных металлов и драгоценных камней, специфика документооборота на предприятиях ювелирной отрасли»	*Руководители, владельцы, бухгалтеры, экономисты ювелирных компаний*
4	5–6 апреля	Семинар «Креатив в ювелирной рекламе (или как сэкономить 70% на рекламном агентстве)»	*Владельцы, руководители ювелирных компаний, специалисты отделов рекламы и маркетинга*
5	16–17 апреля	Тренинг НОВЫЙ «Сервис и техника продаж в ювелирных бутиках»	*Продавцы ювелирных магазинов, специалисты по розничным продажам*
6	18 апреля	Тренинг НОВЫЙ «Работа с VIP-клиентами. Формирование эмоциональной лояльности»	*Продавцы ювелирных магазинов, специалисты по розничным продажам*
7	20 апреля	Семинар «Федеральный пробирный надзор: учет драгоценных металлов и драгоценных камней, специфика документооборота на предприятиях ювелирной отрасли»	*Руководители, владельцы, бухгалтеры, экономисты ювелирных компаний*
8	25 апреля	Семинар шведского дизайнера Екатерины Сисфонтес «Стили ювелирных украшений: методика определения и описания»	*Владельцы и руководители ювелирных компаний, коммерческие директора и технологи, арт-директора, дизайнеры, менеджеры по продажам и закупкам, продавцы-консультанты, мерчандайзеры и широкий круг почитателей ювелирного искусства*
9	26–27 апреля	Семинар шведского дизайнера Екатерины Сисфонтес «Проектирование украшений в стиле минимализм»	*Дизайнеры, художники, арт-директора, технологи и широкий круг специалистов*
		МАЙ	
10	15–16 мая	Тренинг «Практика розничных продаж ювелирных украшений»	*Продавцы ювелирных магазинов, специалисты по розничным продажам*
11	17–18 мая	Семинар «Эффективный руководитель ювелирной компании»	*Владельцы, директора, управляющие, администраторы, старшие продавцы*
12	25 мая	Мастер-класс «Специальные приемы выкладки ювелирных украшений»	*Руководители, дизайнеры, мерчандайзеры, администраторы ювелирных магазинов*
13	28 мая	Семинар «Экономика ювелирного магазина»	*Руководители ювелирных магазинов, администраторы, мерчандайзеры, специалисты по маркетингу, закупкам, товароведы*
14	29 мая	Семинар «Система материального стимулирования ювелирного предприятия»	*Руководители, администраторы, мерчандайзеры, специалисты по маркетингу, закупкам, товароведы*
15	31 мая	Семинар «Инструменты анализа в управлении ассортиментом для торговых домов и ювелирных магазинов»	*Руководители, администраторы, мерчандайзеры, специалисты по маркетингу, закупкам, товароведы*

Внимание! В расписании возможны изменения. Следите за обновлениями на сайте http://www.6carat.ru/
Получить информацию по семинарам можно по телефонам:
+ 7 (495) 744-34-64, 232-22-60, 232-33-79
или по e-mail: info@6carat.ru; 6carat@inbox.ru

Inhorgenta Münich 2012

РАДУЕТ УЧАСТНИКОВ И ПОСЕТИТЕЛЕЙ

Выставка в цифрах:
1134 экспонента из 37 стран;
более 30 000 специалистов
из 80 стран.

Эти цифры убеждают нас в том, что Inhorgenta Münich, несмотря на мировые экономические проблемы, остается важной частью международного ювелирного и часового рынков. Серебро или золото? Скромно или вычурно? Именно в феврале ювелирная индустрия решает, какие часы и украшения будут актуальны в новом сезоне.

В этом году около трети от общего числа посетителей приехали на выставку из самой Германии, а иностранных гостей больше всего было из Австрии, Великобритании и Швейцарии. Выросло и число посетителей из Финляндии, Норвегии, Швеции, Израиля, Японии и Южной Африки. А вот из Греции, Италии и Испании, напротив, уменьшилось в связи со сложной экономической ситуацией в этих странах. В этом году число участников увеличилось на 62 экспонента, были также расширены выставочные площади: Inhorgenta Münich расположилась на 66 000 квадратных метрах, разделенных на шесть залов выставочного комплекса Messe München International. Клаус Дитрих, председа-

пространстве: от роскоши, драгоценных камней, через залы, посвященные дизайну и стилю жизни, к выставке технологий и упаковки…

Краткий опрос, который провели менеджеры выставки среди участников и посетителей, — показатель того, как реагирует бизнес на изменения, произошедшие с выставкой.

Роберто Жирарди, ювелир, Италия:

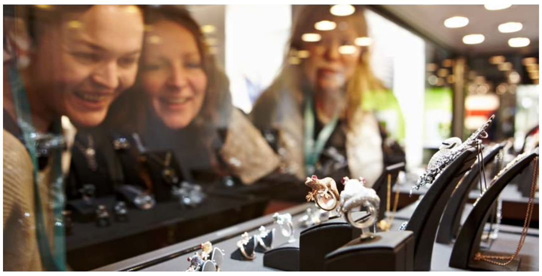
«В прошлом году мы впервые посетили Inhorgenta Münich, и нам настолько понравилось, что вернулись в этом году. Мы всегда ищем ювелирные компании, отличающиеся индивидуальностью и необычностью. Вот и сегодня мы заключили соглашения о сотрудничестве с Нимфенбургской фарфоровой мануфактурой и очень интересным ювелиром Никосом Коулсом. Нам также понравился павильон С2, в котором выставляют свои изделия молодые и яркие дизайнеры».

Бас ван Гревен, Ripassa Jewelers, Нидерланды:

«Выставка прекрасно организована, я всегда получаю большое удовольствие от посещения „Инorгенты“. На мой взгляд, Мюнхен является идеальным местом для проведения ювелирной выставки, сюда очень легко добраться. В этом году меня особенно порадовали коллекции, представленные экспонентами, — несмотря на подорожание золота, здесь можно было найти интересные изделия по разумным ценам».

тель и главный исполнительный директор Messe München, сказал, что изменения, проведенные его командой, пошли выставке на пользу и в будущем году заявки на участие подало много новых компаний. Многие экспоненты подтвердили высокий уровень выставки и рассказали о собственных успехах. Например, Йорг Геллнер, управляющий директор компании Gellner, сказал так: «Inhorgenta Münich является важным барометром успешности для нашей новой коллекции. В этом году наши продажи были очень хорошими, и у нас отличное настроение!» Франк Херинджер, директор Diamond Group, сказал: «Мы очень рады принимать участие в Inhorgenta Münich. Поразило число посетителей, а главное, их качество — сюда приезжают работать, а не глазеть. Благодаря нашим клиентам мы покидаем ярмарку с полным портфелем заказав. И конечно же, в следующем году мы вернемся сюда!»

Одним из основных факторов успеха Inhorgenta Münich явилось новое четкое структурирование залов, благодаря которому посетителям стало гораздо удобнее ориентироваться в выставочном



Доктор Конрад Хенн, управляющий директор Karl Faller, Германия:

«Для нашей компании, которая принимает участие в Inhorgenta Münich на протяжении последних тридцати лет, выставка была и остается важным событием, в частности из-за широкой структуры клиентов, приезжающих к нам со всего мира, а также очень выгодного географического расположения Мюнхена».

Стюарт Мур, сеть ювелирных магазинов в Нью-Йорке, Ньюпорт-Бич, Сан-Франциско, США:

«Inhorgenta Münich является наиболее важной выставкой для меня. Это прекрасное место для закупок — ведь здесь под одной крышей собрались все мои партнеры. Для меня важны также прекрасная атмосфера, безупречный сервис, качество участников и особенно выдающихся молодых дизайнеров в зале С2, что делает выставку уникальным событием. Я принял решение в следующем году принять участие в этой выставке с собственной торговой маркой».

Матиас Штоц, управляющий директор, Uhrenfabrik Junghans, Германия:

«Мюнхен является идеальным местом для представления нашей новой линии часов Bogner by Junghans. Можно сказать, что именно на этой выставке наш бренд приобрел международное признание — мы заключили соглашения с дистрибьюторами из таких стран, как Китай, Гонконг и Малайзия. В немецкой розничной торговле мы наблюдаем поступательное развитие, и выход на международный рынок, я уверен, закрепит наш успех».

В следующем году Inhorgenta Münich 2013 запланирована на 22–25 февраля.

Дополнительную информацию можно найти на сайте www.inhorgenta.com

MODE360°

ПРОМТЕХ

ООО "ПРОМЫШЛЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ"
196084, г. Санкт-Петербург,
ул. Цветочная 25,
БЦ "Мануфактура», офис 210
Web: www.промтехспб.рф,
www.otecru.com ,
www.rp.promtehspb.ru

Цифровой фотобокс **Mode360** предназначен для предметной макрофотосъемки ювелирных изделий с максимальным качеством при минимальных затратах времени и средств. Освещение реализовано на высококачественных LED-диодах с оптимальной цветовой температурой света. Концепция аппарата основывается на интеграции фотокамеры с бестеневым освещением бокса при помощи программного обеспечения, установленного на персональном компьютере.

Преимущества для бизнеса:

- Более высокие прибыли от продаж за счет улучшенной визуализации и привлекательности представляемых вами ювелирных изделий.
- Экономия денег благодаря возможности самостоятельно получать высококачественные фотографии или видеопрезентации, находясь в компании или дома, без необходимости пользоваться услугами фотографов и дизайнеров.

Технические характеристики фотобокса Mode360:

Габаритные размеры: 60×60×60 см
Вес: 12 кг
Напряжение питания: 220 В, 50 Гц
Потребляемая мощность: 175 Вт
Количество полей освещения: 5
Максимальные размеры
фотографируемого объекта: 15×15×15 см

Для использования фотобокса MODE°360 необходимы компьютер и совместимые фотокамеры Canon или Nicon, оснащенные макрообъективом.

Технические требования к компьютеру:

Операционная система: WINDOWS (XP sP3 / Vista / 7)
Процессор: мин. 1Ghz RAM; Pentium или более новый
Видеокарта: мин. true Color VGA 1024×768
Порт: 2× UsB 2.0
Привод: CD / DVD

Представительства в регионах:

г. Кострома
ООО «Современные ювелирные технологии — Кострома»
тел/факс: +7 (4942) 41-29-71, 41-27-22
Мобильный : 8-910-959-23-77
e-mail: sjt-k@kmtn.ru, ajt-k@kmtn.ru
www.sjt-k.ru

Москва
ООО «Современные ювелирные технологии — Москва»
Мобильный : 8-495-768-65-00
e-mail: sjt.msk@gmail.com

реклама

Валентин Скурлов,
историк ювелирного искусства

Впервые в Базеле

ВПЕЧАТЛЕНИЯ НОВИЧКА. ПОЕЗДКА НА ВСЕМИРНУЮ ВЫСТАВКУ ЧАСОВ И ЮВЕЛИРНЫХ УКРАШЕНИЙ 9–15 МАРТА 2012

Baselworld — это международная ежегодная выставка часов и ювелирных украшений, проходящая в Базеле (Швейцария). В ней принимают участие около 2100 экспонентов из более 45 стран. Ведущие часовые и ювелирные бренды, а также компании, специализирующиеся на драгоценных камнях, демонстрируют новейшие изделия в своей области для специалистов отрасли, представителей СМИ, коллекционеров, а также всех, кто заинтересован в самых последних новинках отрасли.

FABERGE. Брошь Laчa à Kizhi

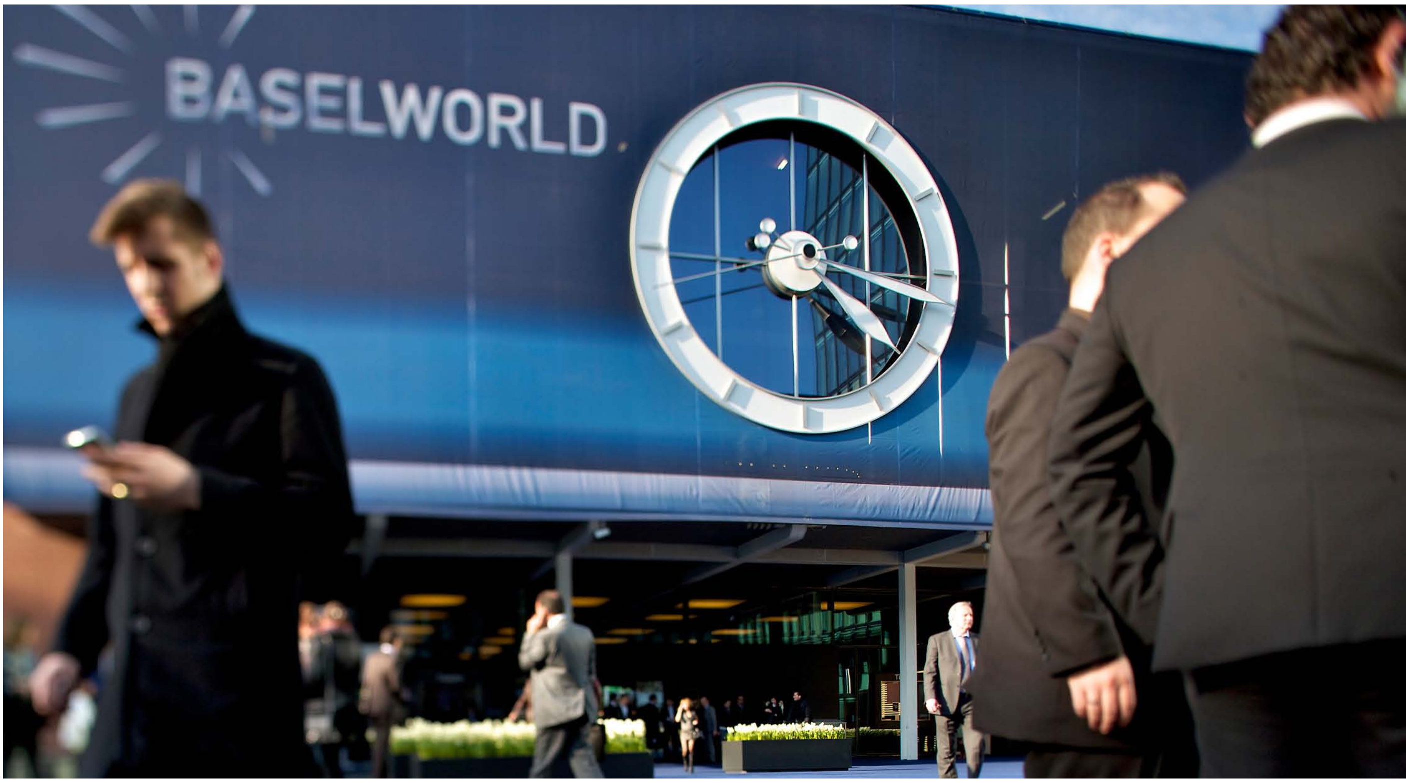
БРЕНДЫ

На выставку в Базель должны ездить подготовленные люди — за шесть дней вам предстоит обойти шесть павильонов общей площадью 160 000 квадратных метров. Согласитесь, это немало даже для подготовленного зрителя-пешехода, тем более что перед вами стоит задача не просто обойти стенды. Вы приехали работать, а не совершать променад. Следовательно, нужно остановиться, рассмотреть представленные коллекции, провести переговоры… Павильон, в котором представлены ювелирные компании из Азии, находится в отдалении, туда нужно добираться автобусом, курсирующим между павильонами. В нем расположено много мелких фирм, которые с удовольствием продадут вам любой предмет с витрины.

Если говорить об общих впечатлениях, первое, что приходит в голову, это «синдром Стендаля», когда от цветового и информационного разнообразия, вавилонского многоязычия граница между реальностью и фантазией стирается. Неподготовленного посетителя выставка оглушает и порабощает, и с какого-то момента он теряет нить. Что и хорошо, считают владельцы брендов и специалисты маркетинга, — таким «оглушенным» легче манипулировать. Мой вывод таков: подобные выставки надо посещать регулярно, при этом необходимо иметь внутренний стержень, четкое художественное и коммерческое видение.

Специалист ювелирного дела будет ошеломлен подавляющим доминированием часовых брендов. Их очень много — от всемирно известных до средних европейских фирм. Каждый считает своим долгом представить в Базеле свои новые коллекции. Отмечу одну особенность, сразу бросающуюся в глаза: использование в часовом маркетинге продвинутых одежно-обувных брендов. Казалось бы, при чем тут фирма «Пума», известный производитель кроссовок и спортивной одежды? Но, оказывается, и она имеет свою «линию часов».

Впрочем, эта тенденция верна не только среди часовых компаний: обратил внимание на бренд Yoko London компании Euro Pearls. Совершенно очевиден намек в названии бренда на Йоко Оно, жену Джона Леннона. И здесь очень удачно увязано имя Йоко, отсылающее к Японии, родине культивированного жемчуга, с названием фирмы



«Европейский жемчуг». Хотя все мы знаем, что в Европе жемчуг не выращивают...

По аналогии с «Йоко» мы вправе были ожидать появления на выставке ювелирного бренда «АББА», «Битлз» или «Маккартни». Их пока не увидел, но может, не заметил?

Аналогично русские могли бы выставить бренд «Петергоф», «Зимний дворец», коллекции украшений с именами русских царей, тем более в преддверии 400-летия дома Романовых это было бы вполне уместно и принесло бы коммерческий успех.

Удивительно было видеть в качестве ювелирного бренда «Мейсенский фарфор». Налицо даже несколько насильственное использование раскрученной фарфоровой марки. Сразу мелькнула мысль: «А кто запрещает развернуть всемирно известную марку Императорского Фарфорового завода из Санкт-Петербурга»? Мог бы выступать с ювелирной коллекцией, и далеко не безуспешно. А также наши старые бренды — Императорские Петергофская и Екатеринбургская гранильные фабрики.

На выставке, как и в любом явлении, необходимо отмечать действие диалектических законов. Единство и борьбу противоположностей мы наблюдаем в борьбе западных и восточных ювелирных, а теперь и часовых фирм. Переход количества в качество: например, количество жемчуга в ожерелье в качество изделия; количество карат в крупном кольце — в качество изделия, которое переходит в разряд предметов роскоши. Действует применительно к брендам и закон отрицания отрицания. Уже есть случаи отрицания старых, исторических брендов, которые не в силах поддерживать свою высшую марку. Вообще говоря, разбирать фирмы и их ассортимент надо с точки зрения закона итальянского экономиста Парето, который гласит, что 20% фирм (брендов) представляют 80% всего производимого объема мирового производства. Как установили ученые, этот закон действует и в искусстве. То есть 20% креативного времени художника дает 80% результата. На выставке мы видим креатив выставочного (ярмарочного) предложения.

С некоторого времени на мировой ювелирный рынок вышла Азия. Это произошло на рубеже 80—90-х гг. прошлого века. И еще к вопросу об удачном использовании сторонних, но известных всему миру брендах. В «восточном» 6-м павильоне расположено много маленьких фирм со звучными европейскими именами, такими как, например, «Нобель». Где Нобель и где Гонконг? Тем не менее гонконгскими ювелирами обыгрывается популярное имя в расчете на привлечение европейского покупателя. Часто имя не имеет никакого отношения к эстетической программе исторического персонажа, но с точки зрения азиатских производителей, это и не обязательно. Главное, привлечь клиента. Да и многие ли знают, какой был стиль и вкус Нобеля, учредителя Нобелевской премии? В витринах китайцев такие бренды, как «Шагал», «Эдисон» и тому подобное. Опять же, где Шагал и где Китай? Но китайцы чувствуют брендовую политику. Много кинематографических и исторических брендов. Продаются только бренды! Вот почему нам нужно работать больше над своими российскими брендами. Это веяние глобализации, Интернета, информации и целевого маркетинга.

FABERGE.
Кольцо «Kalinka»

FABERGE.
Серьги «Sarafan»

О БРИЛЛИАНТАХ

Бриллиантов очень много. В бриллиантовой группе фирмы практически не различаются между собой. Полагаю, что многие изделия авторского ювелирного искусства России и Украины совсем не затерялись бы на базельской выставке. Причина неучастия россиян — очень дорогая аренда выставочных помещений и дорогое проживание, причем отели надо заказывать за полгода. За последние 10 лет некоторые компании из России участвовали по 3—5 раз, однако не было ни одной, которая выставлялась все десять лет подряд. Полагаю, у наших фирм покупают российские же клиенты, в том числе проживающие за рубежом. Недавно, перед выборами президента РФ, прошло сообщение, что за рубежом голосовали 2,5 млн россиян. Население целой страны! Причем это не самые бедные россияне. Наше же производство неконкурентоспособно с зарубежными изделиями ввиду высокого налогообложения, но совершенно конкурентно в части дизайна.

На выставке представлен очень большой раздел лучшего в мире оборудования. Можно было увидеть машины 3D, которые выращивают не восковые модели, а непосредственно изделия из порошкового металла. Это последнее слово научно-технического прогресса.

На мой взгляд, ездить на выставки необходимо для поиска идей, поскольку у нас в провинции все равно «обезьянничают» с западных моделей ювелирных изделий. Сейчас у всех Интернет, и многие понимают, что такое западный дизайн. Кажется, мировые дизайнеры часов и ювелирных украшений целыми месяцами проверяют всю возможную геометрию и все стили, соединяя невозможное. Есть чему учиться и что смотреть. Но я полагаю, мы должны не потреблять западный и восточный дизайн ювелирных изделий, а разрабатывать свою, российскую тему. Иначе наш рынок захватят итальянцы и китайцы.

На выставке не заметно присутствие серебряного ассортимента, нет практически кабинетных, интерьерных подарков, столового серебра. Только обычные ювелирные украшения. Нет церковных украшений, кроме российской фирмы «Владимир Михайлов» никто другой не представлял этот вид ювелирного искусства. Из других российских компаний заметны были костромской ювелирный завод «Диамант» и часовой завод «Ракета». Новый владелец «Ракеты» граф Жак фон Полье прилагает серьезные усилия по возрождению производства российских механических часов, которого Россия лишилась после закрытия последней линии завода «Восток» в Чистополе.

ФАБЕРЖЕ

Русский ювелирный бренд «Фаберже» представлял на предыдущей выставке Baselworld коллекцию предметов высокого ювелирного искусства, дизайн которых был вдохновлен такими направлениями в искусстве, как фовизм и конструктивизм русских художников Александра Родченко и Любови Поповой. В этом году ювелирный бренд «Фаберже Лимитед» представлен во второй раз, с обновленной коллекцией, в которой отрабатываются связанные с Фаберже международные бренды. Есть произведения на тему «Русский балет», «Дягилев», «Кшесинская», «Царская фамилия». Без брендов никак: хотите получить «русскую жар-птицу» — получите! Лондонцы из Фаберже идут навстречу традиционному представлению о России: икра, водка, медведи, театр-балет, «Половецкие пляски», вплоть до «развесистой клюквы», под которой отдыхал на Кавказе создатель «Трех мушкетеров». Как в Одессе: «Вы хочете песен — их есть у меня». Осуждать их нельзя, это бизнес, но как далеко от истинного понимания русской души в ювелирном искусстве! Итальянские ювелиры отрабатывают свою архитектуру и историю Возрождения. Мы, русские, должны выходить в мировой контекст со своей богатой культурой и историей, «брать спрос силой» (как сказал Карл Маркс). Так же работает Восток, навязывая нам восточную культуру. Нельзя сказать, что она нам чужда. Уникальное положение России именно в том, что мы — великая евразийская держава. Во времена Фаберже внедрение восточного календаря в ювелирные вещи было ноу-хау Фаберже. Именно Фаберже стал делать для сиамской аристократии украшения с символикой наступающего года, например брелоки и кулоны в форме тигра в год Тигра. И таких находок в восточной и европейской традициях еще много. Образование новых национальных государств из бывшего СССР способствовало интересу к национальной истории. Даже в Молдавии стали говорить о национальном молдавском ювелирном искусстве. Я о таком никогда и не слыхивал. В 1920—1930-е годы в Финляндии и Прибалтийских странах также развивалось собственное национальное искусство: в Финляндии ювелиры в своих произведениях используют эпос «Калевала», а в Латвии и Эстонии популярны национальные украшения «сакты». На Украине отмечается всплеск интереса к украинским образам в ювелирном искусстве, то же самое происходит в Казахстане и Киргизии. Вообще, тема образования региональных ювелирных школ и региональных брендов внутри самой России очень интересна.

КАМНЕРЕЗНОЕ ИСКУССТВО В БАЗЕЛЕ

Вначале я полагал, что камнерезное искусство здесь не представлено вообще, но в последний день наткнулся на четыре германские камнерезные фирмы. И сразу скажу: наши камнерезы лучше! Таких композиций, какие исполняют знаменитые мастера Петербурга и Екатеринбурга, практически не видел.

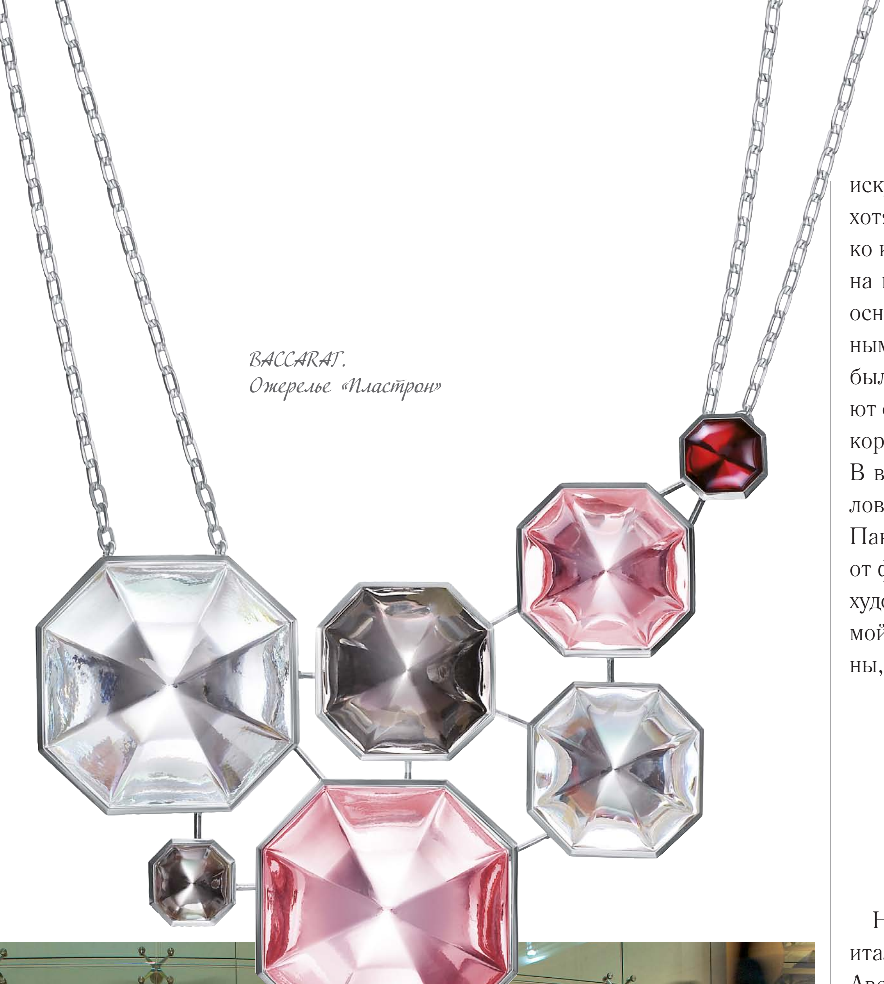
Что касается германских камнерезов, то прежде всего стоит отметить Манфреда Вильда, мэтра германского, европейского и мирового камнерезного

Аллесио Боски.
Кольцо «Дворец Дожей»

Palazzo

Lava

Аллесио Боски.
Кольцо из коллекции «Лава»



BACCARAT.
Ожерелье «Пластрон»

IOÏA.
Кольцо «Случайность»

искусства. Вильд — продолжатель идей Фаберже, хотя и с германским пониманием эстетики и несколько китчевым вкусом. Неслучайно Германия — родина китча. Известна также фирма «А. Руппендаль», основанная в 1890 году. Она торгует полудрагоценными, драгоценными камнями. Очень интересно была организована продажа камней: в отдел запускают сразу с корзинкой, как в универсаме, можно в эту корзинку набирать камни и на выходе расплатиться. В витрине «Руппенталя» я увидел реплики на «человеческие фигурки» от Фаберже, а именно «Варя Панина» и «Казак-джигит в папахе». Но в отличие от фигурок Фаберже они кажутся выполненными не художником, а ремесленником. Гораздо лучше, на мой взгляд, им удается анималистика. Собаки, слоны, бегемоты выполнены достойно.

ДИЗАЙНЕР АЛЕССИО БОСКИ (ИТАЛИЯ-АВСТРАЛИЯ)

На выставке «Базель 2012» я познакомился с итальянским ювелиром-дизайнером, работающим в Австралии (Сидней), Алессио Боски, который произвел на меня самое положительное впечатление. Он, как всякий итальянец, очень экспансивен, говорит быстро и много. Окончил Академию изящных искусств в Риме и сейчас на него работает целый коллектив исполнителей. Сам Алессио, как я понял, разрабатывает модели украшений. Алессио с увлечением рассказывал мне о своих идеях и показывал объекты. Когда он узнал, что я исследователь творчества Фаберже, тут же признался, что находится под обаянием творчества великого мастера. Но в отличие от других моих знакомых ювелиров, которые отдают дань мощи Карла Фаберже как великого ювелирного менеджера, Алессио сообщил, что взял у Фаберже идею сюрприза. Он продемонстрировал мне свои «архитектурные» перстни, которые надо признать шедеврами ювелирного и дизайнерского мастерства. В них все продумано: когда открывается крышка перстня, то взору открывается свод здания, заложенного в сюжет перстня. А внутри — сюрприз. Например, в перстне, «построенном» по идее Дворца дожей, находился маленький эмалевый герб на цепочке.

Алессио, как я понимаю, — яркий представитель авторского итальянского ювелирного искусства, выбравший для себя в последние годы ареной для деятельности Австралию, где много обеспеченных клиентов и где он — первый ювелир. Это мудро. Лучше быть первым ювелиром в Австралии, чем в числе тридцати, пусть даже двадцати лучших в Италии...

Оглядываясь назад на завершение успешной выставки-ярмарки BaselWorld 2012, я испытываю некую ностальгию. В то же время с нетерпением и с большими надеждами жду начала новой выставки, которая пойдет с 25 апреля по 2 мая 2013 года.

Здесь восходят на Олимп

Ровно двадцать лет назад в первое воскресенье апреля, профессиональный день геолога, в Петербурге для любителей камня распахнула двери выставка с простым, но емким названием «Мир камня».

Первая выставка была посвящена исключительно минералам, и ее участниками были геологи — первые коллекционеры минералогических образцов. Сегодня ряды любителей камня сильно пополнились за счет тех, кто не имеет никакого отношения к геологии, и за счет молодых людей, которые пришли в геологию совсем недавно.

Фирма «Мир камня» — одна их тех, кто стоял на пороге «каменного» движения, которое сегодня охватило не только Санкт-Петербург, Екатеринбург и Москву, где камень любили издавна, но и другие российские города. Красота драгоценных и поделочных камней, одухотворенных талантом художника, буквально пленяет зрителя. Таким удивительным праздником в течение двадцати лет неизменно оказывается выставка «Петербургский ювелир», венчающая череду выставок, которые проводит выставочное объединение «Мир камня».

Выставка традиционно объединяет авторов, имеющих разный профессиональный уровень подготовки и разные художественные приоритеты, работающих в разных ювелирных техниках и материалах. И всякий раз квинтэссенцией выставки, фиксирующей главные творческие достижения года, является конкурс авторского и ювелирного искусства «Ювелирный Олимп». Хочется подчеркнуть особое значение этого конкурса высокого мастерства, аналога которому в нашей стране нет. В Манеже посетители имеют возможность восхищаться работами наших мастеров со всех уголков страны. На суд зрителей они представляют, как правило, свои последние, экспериментальные работы, что позволяет проследить состояние и

творческий потенциал авторского камнерезного и ювелирного искусства нашей страны.

Работа над некоторыми произведениями, представленными на конкурс, длится не один год. Вот что рассказал о своей работе, получившей диплом первой степени в номинации «Виртуозы ювелирного искусства» — композиции «Королевская охота», автор Эдуард Никитин: «Древние письмена, магические знаки, мифические животные, мистика минувших цивилизаций — эта неуловимая нить, непрерывно менявшаяся в течение веков и времен, не может оставить нас равнодушными. Нас манит вечное желание выразить это в нашей профессии, придав знаку и орнаменту новое значение. Мы начали поиски, и постепенно идея становилась все более точной, все более определенной. Для этого древнего символа мы выбрали золото и драгоценные камни, чтобы выразить наши чувства, мы выбрали украшения — и все это соединила рука художника».

Помимо конкурса еще одной визитной карточкой выставки стали лекции и семинары, которые пользуются большой популярностью как у участников, так и у посетителей. Благодаря «Миру камня» для всех желающих открылась возможность пообщаться с интереснейшими специалистами. Так, в этом году выставку посетил Патрик Дрехер, потомственный резчик, один из лучших немецких мастеров из Идар-Оберштайна. Он выступил в роли члена жюри конкурса, а также рассказал зрителям о традициях немецкого камнерезного искусства и творчестве семьи Дрехеров, которая уже более 100 лет занимается искусством резьбы по твердому цветному камню. Для большинства объектов Патрик Дрехер предпочитает бразильский агат, так как этот камень достаточно прочен и не ломается так легко, как большинство других камней. Эта особенность агата позволяет

прорабатывать мелкие детали тоньше, нежели при резьбе по более мягким породам. Каждая жеода натурального агата является уникальной, поскольку ее размер чаще всего позволяет создать только одну камнерезную работу.

Председатель жюри конкурса «Ювелирный Олимп», кандидат искусствоведения Галина Габриэль рассказала в своей лекции о любовной символике в ювелирном искусстве. О том, что украшение как символ любви появилось уже на самых ранних этапах истории ювелирного искусства, и эта символика воплощалась как в самой форме вещи, так и в ее декоре, цветовом решении, в подборе камней. При этом украшение могло рассматриваться и как орудие соблазнения, и как охранный любовный амулет. Еще об одной интересной особенности было сказано на лекции: что одним из самых ранних видов таких украшений являлось обручальное кольцо. Оно уже в своей форме содержит символ вечной любви — замкнутый, «вечный» круг. Мы не знаем точно, когда и где впервые стали их использовать, но известно, что уже в Древнем Египте муж надевал жене золотое кольцо — знак того, что она становилась хозяйкой его дома и достояния. Обручальные кольца знали иудеи: в Перудже хранится кольцо, по преданию, подаренное Иосифом Деве Марии. И много еще интересного можно было узнать из лекции, а также увидеть украшения разных эпох — от барокко до классицизма.

Помимо лекций студентами Санкт-Петербургского государственного университета технологии и дизайна был сделан показ студенческих работ «Модерн Венеции». Много еще интересного можно было найти на этой выставке.

Выставки «Мир камня» за прошедшие годы стали неотъемлемой частью художественной жизни города, и сложно себе представить, что когда-то было иначе...

Приз имени Николая Нужина
«Философское осмысление образа»
Эмилия Туманова, композиция «Ветер»

Представительский подарок
Диплом II степени
Игорь Никитин и Ирина Никитина,
икона «Святой Благоверный Князь
Александр Невский»

Представительский подарок
Диплом I степени
Игорь Никитин (Dgonni),
декоративная композиция «Саванна»

Виртуозы камнерезного искусства
Классика, Гран-при
Владимир Путрин,
камнерезная работа «Критский бык»

Виртуозы камнерезного искусства
Классика, Диплом I степени
Сергей Андреев, «Anna Nova»,
из серии анималистических работ

Виртуозы камнерезного искусства
Камнерезная пластика в мягком камне,
Диплом III степени
Анатолий Васильевич Овчинников,
камнерезная работа «Кошечка»

Ювелирные приколы
Штефан Пержан,
очки «Два взгляда на жизнь»

Виртуозы камнерезного искусства
Камнерезная пластика в мягком камне,
Диплом I степени
Кирилл Кривощеков,
камнерезная работа «Птички»

Виртуозы ювелирного искусства. Украшения
Классика. Диплом I степени
Эдуард Никитин, композиция «Королевская охота»

Виртуозы ювелирного искусства. Украшения
Ювелирные новации. Диплом III степени
Юлия Сухарева, Школа Шароновых МГУ, брошь по мотивам творчества М. А. Врубеля

Виртуозы ювелирного искусства. Украшения
Ювелирные новации. Диплом I степени
Елена Горбунова, Школа Шароновых МГУ, композиция Solid

Виртуозы ювелирного искусства. Украшения
Ювелирные новации. Диплом III степени
Ольга Облезина, Школа Шароновых МГУ, коллекция украшений

Виртуозы ювелирного искусства. Украшения
Классика. Диплом III степени
Валерий Борисов, кольца «Бирюза» и «Хищник»

Виртуозы ювелирного искусства. Украшения
Классика. Диплом II степени
Игорь Орлов, гарнитур «Формула абсента»

Искусство украшения интерьера
Ювелирная пластика. Диплом II степени
Сергей Юрьев, настольные часы «Джокер»

Приз «Зрительские симпатии»
Турмалин – камень конкурса
Евгений Морозов,
кольцо «Мифология кристалла»

Искусство украшения интерьера
Предметы украшения интерьера.
Диплом II степени
Григорий Пономарев, шкатулка «Камея Гонзага»

Записала Ксения Чайкина

Ювелирная микромеханика

ЧАСТЬ 4

Мы продолжаем серию публикаций, посвященных изготовлению наручных ювелирных часов, а также международным стандартам и требованиям, предъявляемым к их конструкции и качеству. Профессиональную консультацию РЮ дает создатель первого в истории Санкт-Петербурга центра обслуживания швейцарских часов, первый сертифицированный швейцарскими производителями отечественный специалист, ведущий российский эксперт Виктор Петрович Латанский, генеральный директор Сервисного центра швейцарских часов «СЕКУНДА Санкт-Петербург».

Наиважнейшим отличием дорогих ювелирных часов является не логотип великого бренда на циферблате и даже не хорошая точность хода — дешевые кварцевые механизмы всегда точнее лучших механических калибров (по простоте своих технических параметров). С точки зрения знатоков, профессионалов и ценителей часового искусства, главное достоинство высококлассных наручных часов — это, конечно же, абсолютная безупречность качества материала и отделки каждой внутренней и каждой внешней детали таких часов. Поэтому сегодня мы расскажем подробно о создании и особенностях производства часовых ремешков и браслетов, а также заводных головок, кнопок функций и часовых корректоров.

РЕМЕШКИ И БРАСЛЕТЫ: УСТРОЙСТВО КРЕПЛЕНИЯ

Браслет или ремешок часов служит в первую очередь для того, чтобы надежно удерживать их на запястье. Поэтому он должен быть максимально прочно присоединен к корпусу часов. Лапкообразную часть корпуса, к которой крепится браслет или ремешок, часовщики называют «ушками» (спец. англ. lugs), а отдельную, вставляемую в них металлическую ось с пружинными фиксаторами, т. е. сам штифт, предназначенный для крепления браслета или ремешка к корпусу часов, — «шпилькой» (спец. англ. spring bar, или «пружинная ось»).

Рисунок 1. Посадочные места для крепления часовых браслетов и ремешков

Ширину будущего браслета или ремешка в том месте, где в итоге он и будет закреплен, задает, как правило, внутреннее расстояние между ушками (спец. англ. interhorn width). В современном часовом производстве существует три основных способа фиксации браслетов и ремешков (рис. 1): с использованием глухих или сквозных посадочных отверстий для шпилек в ушках корпуса либо с помощью специальных дополнительных штифтов в ушках — простых или резьбовых. Сами часовые шпильки также представляют собой сложные миниатюрные пружинные конструкции и бывают нескольких видов (рис. 2).

Рисунок 2. Шпильки для крепления часовых браслетов и ремешков

ОСНОВНЫЕ ВИДЫ ЧАСОВЫХ БРАСЛЕТОВ

Приступая к созданию часового браслета или ремешка, производители обязательно учитывают то, что он должен быть практичным, удобным, долговечным и безопасным. При этом не менее важна и эстетическая составляющая, тем более что браслеты как украшения вообще значительно старше всех хронометрических приспособлений. Возможно, именно поэтому современные ювелиры очень любят создавать необычайной красоты уникальные наручные часы, которые скорее можно назвать частью браслета, а не наоборот. И если корпус и браслет часов представляют собой единое целое, что придает изделию более совершенный внешний вид, то браслет либо является продолжением корпуса, либо изготавливается из того же материала и зачастую имеет точно такой же оттенок и пробу, что и корпус часов, поскольку эти детали плотно крепятся друг к другу.

Что касается так называемых сменных металлических браслетов, то они бывают нескольких типов. Во-первых, это так называемый «браслет-резинка», состоящий из множества тонких звеньев, соединенных между собой стальными пружинящими пластинками, за счет которых такой браслет способен растягиваться, не нуждается в застежке и достаточно легок. Однако из-за обилия соединительных деталей такие браслеты самые ненадежные и практически не используются для создания хороших часов. Во-вторых, существуют браслеты, выполненные по технологии «миланское полотно», причем некоторые из них способны растягиваться подобно «браслету-резинке». И наконец, третий, наиболее распространенный тип — простой нерастягивающийся металлический браслет с застежкой.

Кстати, звенья браслетов дешевых массовых часов делают из гнутого металлического профиля (так многие производители снижают трудоемкость процесса и итоговую стоимость часов), поэтому они легко гнутся и стремительно выходят из строя. А вот звенья браслета дорогих часов, например, вырубают и вытачивают из цельного куска стали, потом бережно и кропотливо доводят до совершенства, скрепляют штифтами, а в особых случаях — винтами. Абсолютно все детали шлифуют, полируют, матируют, обрабатывают и тыльные стороны, и невидимые торцы звеньев: в общем, такие браслеты отделывают с не меньшим усердием, что и корпуса часов. Хороший браслет имеет минимальные зазоры между звеньями, которые, в свою очередь, легко сгибаются и не заедают на стыках, при этом все соединительные штифты в пазах не просто ровно установлены, но и очень четко зафиксированы.

Наручные часы с браслетом Chopard "Happy Diamonds". Желтое золото, бриллианты

Наручные часы-браслет в виде подковы Chopard "Horseshoe". Желтое золото

Наручные часы-браслет Georg Jensen "Vivianna". Нержавеющая сталь

Наручные часы с ремешком Chopard "Happy Sport". Нержавеющая сталь, рубины, желтые и белые бриллианты. Стальная застежка

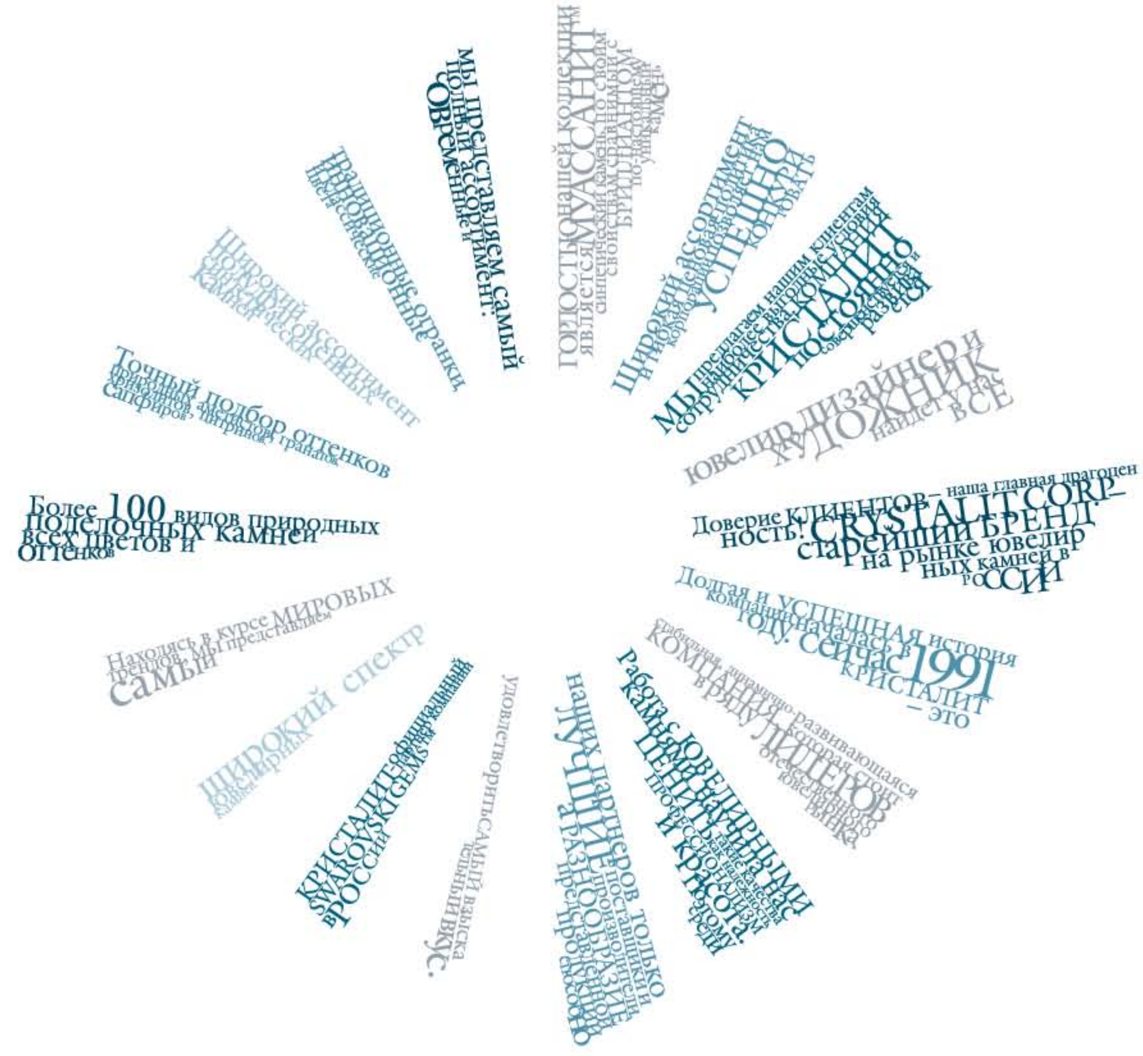
МАТЕРИАЛЫ И НЮАНСЫ

Для изготовления сменных металлических браслетов обычно применяются те же материалы и технологии, что и при производстве корпусов часов, при этом, например, золотые часы могут комплектоваться позолоченными браслетами (здесь нужно отметить, что обычно соответствующая надпись на задней крышке часов свидетельствует лишь о материале их корпуса). Так, в случае использования стали или латуни (методами литья или горячей штамповки) позолота позволяет снизить стоимость производства браслетов наручных часов.

Однако лучшие производители стремятся использовать другие пути их создания: не только хорошую сталь, высокотехнологичную керамику или гипоаллергенный титан (эти браслеты еще и очень комфортны — они легкие и теплые на ощупь), но и драгоценные металлы и камни. В наши дни в часовом деле используются несколько сортов стали, и чем она мягче, тем дешевле обходится производство изделий (которые быстро покрываются царапинами и даже трещинами). Твердосплавные же браслеты, соединительные штифты которых также изготавливаются из высококачественной стали, разумеется, и дороже, и красивее, и долговечнее.

Что касается часов с браслетами из разного вида золота, украшенного всевозможными драгоценными камнями, необходимо иметь в виду, что одной из особенностей таких часов является достаточно солидный вес (так, например, один только золотой браслет средних мужских часов будет весить примерно 100 граммов, т. е. около 65% их веса в целом). Чего не скажешь о ремешках, которые делают из всевозможных, в том числе экзотических, видов кожи (луизианского аллигатора, питона, игуаны, страуса, ската и т. д.), разнообразных сортов тканей, а также современных синтетических материалов, — здесь производители ювелирных наручных часов уделяют основное внимание созданию интересной формы и конструкции лишь металлической застежки (фигурной пряжки) ремешка.

Еще одним отличием часовых браслетов от ремешков является и такой фактор, как соответствие их длины размеру запястий будущих владельцев часов. Большинство изготовителей выпускают браслеты стандартной длины, которая может быть отрегулирована в каждом конкретном случае. Так, при покупке часов в часовом салоне или в специальной мастерской браслет обычно укорачивают, сняв одно или несколько звеньев, или, наоборот, удлиняют, дополняя звеньями, имеющимися в распоряжении дилера или сервис-центра. При этом некоторые часовые фирмы, заботясь о своих клиентах, снабжают одну модель часов не только браслетами разной длины, но и ремешком и браслетом, а также дополнительными прилагающимися сменными ремешками и/или браслетами разного дизайна.



CRYSTALIT
corporation

Уникальная коллекция ювелирных камней

МОСКВА
КОСТРОМА
КРАСНОЕ-НА-ВОЛГЕ
ЕКАТЕРИНБУРГ

8(800) 200 22 28
звонок с любого телефона бесплатный
www.crystalit.ru

реклама

ЗАВОДНЫЕ ГОЛОВКИ

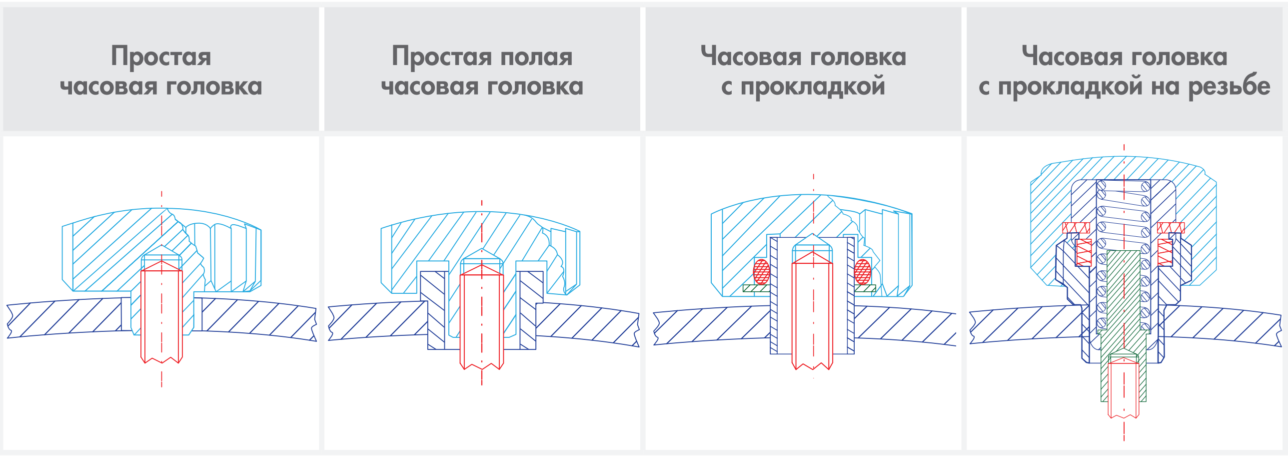
Заводная головка часов (спец. англ. crown, или корона), представляющая собой не что иное, как миниатюрный ключик, служит для завода, перевода стрелок и использования различных функций наручных часов. Она является своеобразным наружным продолжением очень важной внутренней часовой детали — заводного вала (спец. англ. winding stem), металлического стержня, соединенного с часовым механизмом, который при сборке часов вставляется в специальное отверстие корпуса.

Важно, чтобы заводная головка, соединенная с заводным валом резьбовым креплением и дополнительным склеиванием, была обеспечена свободным вращением, а отверстие, в которое вставляется заводной вал, — герметичностью. Если это отверстие не будет защищено, в часовой механизм могут попасть влага, мелкая пыль или грязь (например, волокна одежды), которые приведут к ржавчине, загрязнению и в конечном счете к остановке часов.

Именно поэтому помимо обычных конструкций в часовом производстве зачастую применяются и более сложные внутренние схемы установки часовых головок (рис. 3). Так, трубка заводной головки может быть не просто установлена в отверстие корпуса или на трубку часового корпуса, но и оснащена силиконовой или каучуковой кольцевидной прокладкой и посажена на трубку, запрессованную в корпус. Внешнему оформлению также уделяется большое внимание: головку украшают драгоценными металлами и камнями — шляпкой (или, если следовать английскому часовому термину, «короной») и кабошоном.

Наручный хронограф Chopard "Imperiale". Желтое золото, бриллианты. Заводная головка и кнопки также инкрустированы бриллиантами

Рисунок 3. Установка часовых головок



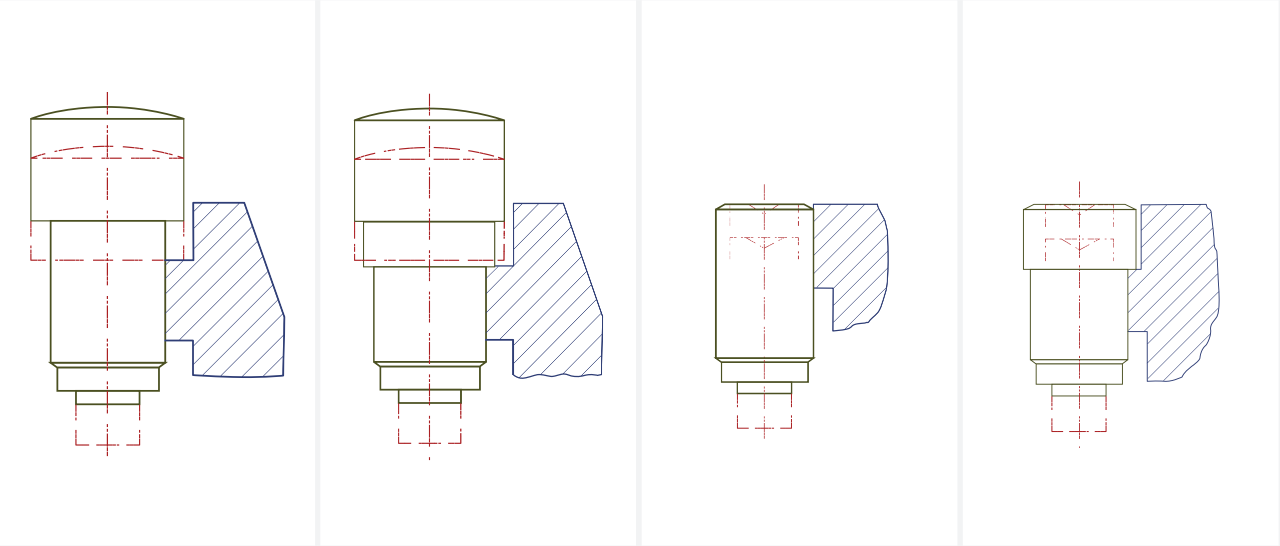
RusGems
Более чем достаточно!
Драгоценные и полудрагоценные камни
Жемчуг морской и пресноводный
Синтетические камни и фианиты "Dalloz"
Камнесамоцветное сырье
реклама
МОСКВА
Россия, 115419, Москва,
Ул. Орджоникидзе, 11, стр. 1/2 Е
Тел. +7 (495) 730 00 46
Факс +7 (495) 730 30 36
E-mail: sales@rusgems.ru
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
Россия, 197022, Санкт-Петербург,
П.С. Большой проспект, 100, офис 623
Тел./факс +7 (812) 335 55 69
КОСТРОМА
Россия, 156005, Кострома,
Ул. Советская, д. 69, пом. 2
Тел. +7 (4942) 47 15 12
Факс +7 (4942) 47 15 32
E-mail: kostroma@rusgems.ru

КНОПКИ ФУНКЦИЙ И КОРРЕКТОРЫ

Выступающие из часового корпуса так называемые кнопки функций (спец. англ. push button) используются в сложных часах с дополнительными функциями, например в хронографах, чтобы с помощью нажатия управлять этими функциями: измерять заданные промежутки времени и т. п. В конструкциях этих кнопок (рис. 4) используются пружины: при нажатии нужная функция срабатывает, после этого подпружиненная кнопка возвращается в исходное положение.

Рисунок 4. Устройство часовых кнопок и корректоров

Цилиндрическая кнопка	Ступенчатая кнопка	Цилиндрический корректор	Ступенчатый корректор



Кнопки-корректоры (спец. англ. corrector) также устанавливаются в часовой корпус, но в отличие от кнопок функций полностью утапливаются в него. Это позволяет при необходимости избежать наличия в дизайне корпуса сложных часов каких-либо лишних выступающих частей. Предназначенные для корректировки различной информации кнопки-корректоры могут быть активизированы только с помощью специального инструмента.

Продолжение следует

Сервис-центр по ремонту, обслуживанию и экспертизе швейцарских и других часов «СЕКУНДА Санкт-Петербург»

Санкт-Петербург, Казанская ул., 41
+7 (812) 710-67-37
+7 (812) 962-80-43
www.cekunda-spb.ru

Наручный хронограф Chopard "Chronograph Jacky Ickx". Розовое золото (корпус и застежка ремешка)

VICENZAORO Spring

VICENZA
MAY
19 - 23, 2012

INTERNATIONAL EXHIBITION
OF GOLD, JEWELLERY,
SILVERWARE, WATCHES
AND GEMSTONES.

WWW.VICENZAFIERA.IT
WWW.ABOUTJEWELLERY.IT

реклама

FIERA DI VICENZA

Banca
Popolare di Vicenza
Sponsor Ufficiale Fiera di Vicenza

Светлана Гураль

Ювелирный гид покупателя

Продолжаем печатать выдержки из книги «Ювелирный гид покупателя. Рекомендации по выбору и покупке ювелирных украшений» — новинки Издательского Дома «6 карат». В одном из разделов книги «Таинственный мир ювелирных камней» автора Светланы Гураль размещена информация о лечебных свойствах камней, астрологическом соответствии ювелирных камней и знаков зодиака, талисманах и оберегах.

АКВАМАРИН

Аквамарин — это голубая разновидность минерала берилла. Главный источник наиболее ценных камней темно-голубого цвета — Бразилия. Название аквамарин в переводе с латинского языка означает «морская вода» (aqua — вода, marinus — морская). Так же как морская вода, аквамарин успокаивает, умиротворяет человека. Говорят, что этот камень не только утишает бури, но и охлаждает страсти.

Издревле аквамарин считается камнем моряков, флотоводцев и морских путешественников. Он обеспечивал безопасность в морских путешествиях, сохранял от морской болезни и помогал одержать победу в морских сражениях.

Любопытно, что окраска камня может меняться как от погоды, так и от настроения владельца. В ясную погоду или когда на душе у его хозяина благополучно и радостно, камень голубой. А вот в плохую погоду или когда у хозяина на сердце тоска и беспокойство, аквамарин становится зеленоватым и мутнеет, как море перед штормом. Перед бурей камень, оправленный в перстень, тяжелеет и давит на палец.

В качестве талисмана аквамарин можно рекомендовать тем, кто боится воды или не умеет плавать. Камни однородной окраски и без включений помогают тем, кто занимается науками и философией.

У французов аквамарин — талисман счастливой супружеской жизни. Влюбленные, вынужденные на время расстаться, обменивались украшениями с аквамарином, тогда разлука не казалась им такой тяжелой.

Камень с выгравированной на нем ящерицей или жабой избавляет человека от лени, делает трудолюбивым. Как талисман его можно рекомендовать людям, ленивым от природы.

Древние медики использовали аквамарин для лечения зубной боли, почек, печени, селезенки, щитовидной железы. В тибетской и монгольской медицине и сегодня аквамарин считается хорошим средством для снятия напряжения и обретения душевного равновесия. В Индии йоги считают этот камень главным стимулятором горловой чакры, которая связана со щитовидной железой и управляет эмоциями.

При продолжительном разглядывании аквамарин благоприятно влияет на зрение. Кроме того, помогает справиться с морской болезнью.

Аквамарин могут носить все, независимо от гороскопа. По мнению астрологов, он является лучшим амулетом для людей, родившихся под знаками Водолея, Весов, Раков и Рыб. Наибольшую силу камень имеет в полнолуние.

Оправляют аквамарин в белое и желтое золото и серебро. Хорошо смотрится он и в платине.

АЛЕКСАНДРИТ

Александрит — разновидность хризоберилла. Это самый редкий из драгоценных камней и один из самых дорогих. Назван в честь русского царя Александра II, так как впервые был найден на Урале в день 16-летия императора, 17 апреля 1834 года.

Основное достоинство александрита — способность изменять цвет при изменении внешнего освещения. В старину его называли камнем, у которого «утро зеленое, а вечер красный», потому что при свете солнца он играет всеми оттенками зелени, а при искусственном освещении его цвет становится красным.

Несмотря на то что месторождения александрита открыты сравнительно недавно, этот камень оброс поверьями. Одно из них общеизвестное: александрит — камень вдов. Считают, что носить его нужно только в паре. Однако вряд ли стоит слишком серьезно относиться к подобным предостережениям, учитывая то, что абсолютное большинство александритов на рынке — это синтетическая шпинель или корунды с александритоподобным эффектом.

На Востоке александрит — один из любимых камней священнослужителей. В часы молитвы и медитации он умиротворяет душу. В Шри-Ланка, где добывают александриты, твердо верят в то, что это камень процветания и долголетия.

У многих народов он является талисманом путешественников, помогающим быстро адаптироваться в незнакомой среде, понять другой уклад жизни, найти общий язык с кем бы то ни было. Человеку, носящему александрит, легче даются иностранные языки.

Магические свойства александрита связаны с его способностью менять цвет. В Европе он считался символом влюбчивости и ревности, о чем свидетельствовала перемена цвета от спокойного зеленого к красному — знаку ярости. Заядлые картежники и азартные игроки носили природный александрит как талисман, обеспечивающий выигрыш.

Авестийские астрологи полагали, что александрит может испытывать человека на прочность, доставляя ему всевозможные трудности. Так, появление в нем желтого оттенка трактовалось как предвестие тяжелых испытаний для владельца камня.

Среди народных целителей считается, что двойственность цвета александрита связана с двойственностью человеческой крови — артериальной и венозной. В лечебных целях александрит носят в основном в связи с болезнями крови: он укрепляет кровеносные сосуды, очищает кровь. Камень также положительно влияет на селезенку, поджелудочную железу, печень, успокаивает при перевозбуждении. Перед сном украшения с александритами следует снимать.

По мнению астрологов, больше всего александрит подходит людям, родившимся под знаками Близнецов, Рыб и Скорпиона. Могут носить его и Овны. А вот Тельцам, Стрельцам, Ракам и Девам александрит следует носить с осторожностью.

Николай Тимощук

Александрит: переменчивая красота

Наш сегодняшний герой — один из самых прекрасных и качественных камней, рожденных в земных недрах. Этот редкий минерал может менять цвет в зависимости от освещения. Такое свойство называется реверсом (термин употребляется только у нас в стране) и вызвано небольшими включениями хрома, который всегда окрашивает камни и присутствует как минимум в половине драгоценных камней. Итак, александрит.

Камень был впервые найден на Урале в 1834 году минералогом Н. Норденшильдом, работавшим на местных изумрудных копях. Обнаружив кристалл, он поначалу счел его изумрудом, но затем вдруг установил, что твердость камня значительно выше (8,5 вместо 7,5 по шкале Мооса). А окончательно стало ясно, что найден новый, неизвестный доселе камень... вечером, когда при свече цвет находки неожиданно сменился с темно-зеленого на красно-фиолетовый! Впрочем, встречается и александрит, который не меняет цвета, — такие камни не содержат хрома, ответственного за реверс, поэтому эффекта перемены цвета у них не наблюдается. По стечению обстоятельств кристалл был найден 17 апреля — как раз в этот день достиг совершеннолетия будущий император Александр II. В честь него камень и получил свое имя. Уникальное свойство находки менять свой цвет стало страшным предзнаменованием для «крестного». Вступив на трон, Александр II начал долгожданные реформы, отменил крепостное право, за что был прозван в народе Освободителем. Но жизнь свою он кончил, истекая кровью от ран, нанесенных бомбой террориста. В память о безвременно погибшем царе многие люди в России стали носить украшения с александритом. Это было знаком верности трону, сочувствия к жертвам революционного террора и одновременно знаком богатства и влиятельности обладателя украшения. Даже в те времена купить кольцо с александритом было непростой задачей.

По словам Лескова, «были люди, которые прилагали чрезвычайно большие усилия, чтобы отыскать александрит, и часто не находили его ни за какие деньги».

ЭВОЛЮЦИЯ ЦЕННОСТИ

В России широкую известность получила уникальная друза (от немецкого druse —«щетка» — агрегат кристаллов, наросших на какую-нибудь поверхность и ограненных лишь с одного конца) александрита, найденная в 1840 году на Урале и находящаяся сейчас в Минералогическом музее имени Ферсмана. Речь идет о «друзе Кочубея» размером 22 × 13 см с великолепными кристаллами, самый крупный из которых (6 × 6 см) темно-зеленого цвета. Правда, кристаллы эти практически непрозрачны. Другая друза почти таких же размеров, найденная в 2001 году при разборе остатков руды на складе «Изумрудных копей» на Урале, была арестована за долги. В музее Горного института в Санкт-Петербурге хранятся чистые прозрачные кристаллы размером 6 3 см, найденные на уральских месторождениях. Ну а самый крупный из ограненных александритов весит 66 каратов (13,2 грамма) и принадлежит Смитсоновскому институту в Вашингтоне. В настоящее время александриты находят во многих местах в самых разных концах света. Но единственное месторождение, где встречались во множестве исключительно александриты, находилось на Урале. Увы, из-за непродуманной, хищнической добычи оно давно уже выработано. Теперь александрит добывают только попутно, находя его вместе с другими камнями. Скажем, в России его находили на Малышевских копях (Урал) вместе с изумрудом.

За время советской власти камень подзабыли. В 1960-е годы никакой добычи не велось, просто собирались образцы. Потом месторождение работало на добычу берилла, который шел на нужды военной промышленности. Геолог Козлов, работавший на шахте, подарил Академии наук коллекцию собранных им образцов александрита и получил за это квартиру. А вот в 1990-е годы, когда открылись границы, произошел многократный взлет цены на александрит. Некоторые счастливчики геологи вдруг выяснили, что забавный образец, хранившийся у них дома, — ювелирный камень очень высокой стоимости. Квартиру в Москве можно было получить уже не за целую коллекцию, а всего за горстку хороших камней.

www.safo.be

ЦВЕТОМУЗЫКА

При дневном освещении цвет уральских александритов варьируется от голубовато-зеленого до желтовато-зеленого, при электрическом — от серо-сиреневого и серо-розового до пурпурного и красновато-фиолетового. Самым лучшим считается переход от глубокого зеленого (геммологи говорят — цвет зеленой бутылки) к насыщенному красному. По мере ухудшения качества красный цвет нисходит к коричневому, зеленый же обесцвечивается и голубеет.

МАЛ, ДА УДАЛ

Главными поставщиками александрита на мировой рынок являются сейчас Шри-Ланка (самый большой кристалл весом 1876 каратов найден именно там), Зимбабве и Кения. Кроме того, известны месторождения в Мьянме, на Мадагаскаре, в Танзании и США. В 1987 году было открыто месторождение в Бразилии. Любопытно, что в Бразилии, на Мадагаскаре и в России изумруд и александрит залегают вместе, как братья. А в Шри-Ланка и Танзании они встречаются порознь — братского союза не получилось...

На острове у юго-восточного побережья Индостана изредка попадаются александриты с эффектом кошачьего глаза. Такие кристаллы очень ценны и по

стоимости вполне сопоставимы с лучшими российскими александритами. Но имейте в виду: в Шри-Ланка есть также хитрые мошенники, которые под видом александрита могут продать вам местный гранат — он тоже имеет реверс подобного цвета, но рыночная цена его на несколько порядков ниже. Бразильские и африканские камни при дневном свете коричневато-зеленоватые. В общем, выглядят не очень презентабельно. Они совсем не напоминают по цвету изумруд, в отличие от уральских александритов. Зато при электрическом освещении «иностранцы» смотрятся более эффектно. Они обычно более красные, чем наши камни, а также крупнее и чище. Особо стоит отметить камни из бразильского месторождения Хематита, имеющие резкую контрастность в переходе цвета от малиново-красного к синевато-зеленому. Переход цвета при смене освещения у русских камней еще более контрастный. За это они очень ценятся на мировом рынке. Но беда в том, что крупные и чистые кристаллы среди наших александритов отсутствуют. Большинство из них, даже небольшого размера, содержат хорошо видимые включения. Оптимальный размер александрита — 2 карата. Дальше реверс падает, а количество трещин резко возрастает. Кстати, слова о крупных зарубежных александритах также не стоит воспринимать слишком буквально. Вес этого камня очень редко превышает 15 каратов. Ну а те «шурики» (так александрит называют наши геммологи), что перевалили за этот порог, редко бывают красивого цвета и не имеют хорошего реверса.

КУРЬЕЗ

В начале 1090-х, когда Россия только-только открыла свои границы для иностранного бизнеса, произошла забавная история, показывающая, что не только наши люди страдают ювелирной безграмотностью.
На этот раз ее жертвой стала итальянская мафия, заправилы которой прослышали, что александрит — самый дорогой камень в мире, и послали в Россию своих людей. Так начались не киношные, а реальные невероятные приключения итальянцев в России. Южные гангстеры явились в Россию на своих шикарных иномарках, все в золоте и с дорогущими часами на руках. Но в драгоценных камнях гонцы не разбирались совершенно, поэтому им всучили... набранные из отвалов Малышевского рудника трещиноватые камни с отвратительным реверсом. Зато общим весом в 1000 каратов. Отечественные продавцы убедили итальянцев, что трещины — это никакие не трещины, а благородные «конские хвосты»*. Так и уехали те в полной уверенности, что провернули выгодное дельце.

**** «Конский хвосты» — тонкие волокнистые включения кристаллов внутри минерала, характерные, например, для демантоидов (вид зеленых гранатов).***

«ШУРИКИ» ИЗ ИНКУБАТОРА

Иногда с александритом иностранного происхождения могут спутать андалузит — еще один вид камней, меняющих свой цвет. Но они встречаются еще реже. Настоящая же беда александрита — искусственные камни. «Шуриков» можно выращивать «в пробирке». Но еще чаще для имитации александрита используются синтетические корунды и шпинель. Благодаря разным примесям удается воспроизвести александритоподобное изменение цвета. Такие камни частенько принимают за александриты, хотя они являются лишь его имитацией (и стоят, конечно, в сотни раз меньше). Причем чаще всего именно имитацией, даже не искусственной разновидностью камня — ведь они обладают совершенно иной кристаллической структурой. Особенно широко такие «александриты» использовались в бывшем СССР. Производство было налажено в 1973 году в Новосибирске, где их продолжают выращивать и по сей день. При этом покупателей не информировали об искусственном происхождении камня, и те, как правило, полагали, что приобретают ювелирное изделие с настоящим александритом. Этими камнями торгуют не только в России. Они активно продаются на рынке США под видом природных камней из Бразилии, Шри-Ланка, Африки. Возможно, дилеры действительно не знают о подлоге. В любом случае путаница с искусственными камнями пока несколько сдерживает спрос и, соответственно, цену на этот камень. Между тем отличить «инкубаторный» александрит от настоящего довольно просто. Вы можете защититься от подделки даже без соответствующего образования и специального оборудования. Поводом для подозрений должны стать, во-первых, необычная чистота камня (отсутствие включений), особенно при больших размерах. А во вторых, особенности его цвета — сине-фиолетовый при естественном освещении и красно-фиолетовый, почти аметистовый, при электрическом. Геммологу в минимально оборудованной лаборатории выявить искусственного «шурика» вообще не составит никакого труда. Что будет с ценой на натуральный александрит, когда все наконец разберутся в том, кто есть кто, сказать сложно.

БРИЛЛИАНТЫ «НА ПОДХВАТЕ»

Дело в том, что цена и так уже довольно высока. Александрит с переменным успехом борется с изумрудом за третье место в табели о рангах драгоценных камней. Стоимость 10–15-каратного ограненного кристалла может составлять 20–30 тысяч долларов за карат. Качественный каратник (камень в один карат) стоит от 5000 долларов. Конечно, при этом он должен иметь хороший реверс и не содержать видимых обычным глазом включений. Лучший реверс — от голубовато-зеленого до пурпурно-красного. Самый дорогой на сегодня александрит (из тех, что попадали на рынок) был продан на аукционе «Кристи» в 1990 году за 205 333 доллара. Это был ограненный камень овальной формы в 28,32 карата. В принципе в пересчете на караты (7250 долларов США) это была выгодная цена: камни поменьше редко стоят ниже 10 тысяч за карат. Несмотря на интересные свойства, александрит используется в ювелирном деле весьма ограниченно. Вставки из природного александрита в украшениях — огромная редкость, так как почти все ограненные камни уходят в геммологические коллекции. То немногое, что все же встречается на рынке, произведено, как правило, за рубежом (почему-то с нашими уральскими камнями работают в основном иностранные ювелиры). Даже в США купить натуральный александрит проблематично и дорого, а в России — практически невозможно. Если же все-таки выпадет удача и вы сможете приобрести изделие с александритом, то при оценке камня обратите внимание на следующее:

1) изменение цвета (наиболее редкие и ценные камни изменяют его с красно-лилового на синевато-зеленый без промежуточного коричневого);

2) интенсивность цвета (чем она больше, тем лучше);

3) чистота, отсутствие включений);

4) качество огранки.

Как правило, в украшение александрит не ставят в одиночку, а окружают его мелкими бриллиантами. Это позволяет камню лучше играть цветом. Блеск и сияние бриллиантов должны не затмевать, а подчеркивать красоту александрита. Этот камень того достоин.

КЛАССИКА

«Я поистине не мог налюбоваться пиропом и хотел выразить Венцелю это, но прежде чем я успел сказать хоть одно слово, мудреный старик выкинул неожиданную и престранную штуку: он вдруг схватил меня за кольцо с александритом, который теперь при огне был красен, и закричал:

— Сыны мои! Чехи! Скорей! Смотрите, вот, вот тот вещий русский камень, о котором я вам говорил! Коварный сибиряк! Он все был зелен, как надежда, а к вечеру облился кровью. От первозданья он таков, но он все прятался, лежал в земле и позволил найти себя только в день совершеннолетия царя Александра, когда пошел его искать в Сибирь большой колдун, волшебник, вейделота...

— Вы говорите пустяки, — перебил я. — Этот камень нашел не волшебник, а ученый – Норденшильд!

— Колдун! Я говорю вам — колдун, — закричал громко Венцель. — Смотрите, что это за камень! В нем зеленое утро и кровавый вечер... Это судьба, это судьба благородного царя Александра!

И старый Венцель отвернулся к стене, опер голову на локоть и... заплакал.

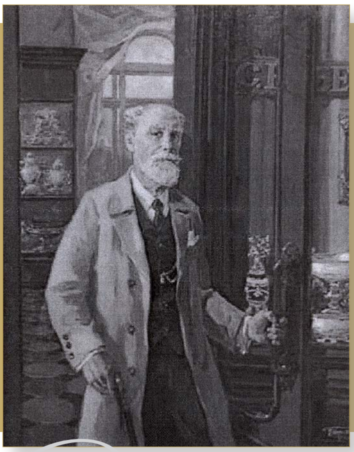
Сыновья его стояли молча. Не только для них, но и для меня, который так давно видал постоянно на своей руке «камень Александра Второго», камень этот будто вдруг исполнился глубокою вещей тайной, и сердце сжалось тоскою».

(Н. С. Лесков. «Александрит»)

С. Г. Палатная

Ювелирные изделия фирмы Фаберже

В КОЛЛЕКЦИИ МУЗЕЯ ИСТОРИЧЕСКИХ ДРАГОЦЕННОСТЕЙ УКРАИНЫ



Вторая половина XIX и начало XX века — время расцвета русского прикладного искусства и ювелирного дела. Главными центрами ювелирного искусства были Петербург и Москва, где производство золотых и серебряных изделий сосредоточили в своих руках крупные фирмы К. Фаберже, К. Болина, П. Овчинникова, И. Хлебникова, П. Сазикова, братьев Грачевых и многие другие. Они завоевывали русский рынок, вытесняя продукцию иностранных мастеров. Экономика России в этот период развивалась быстро, что позволило создать новый класс предпринимателей, за счет которых ювелиры значительно расширили для себя клиентуру.

Особое место в ювелирном искусстве этого времени занимала фирма Фаберже. Изделия фирмы пользовались особым спросом у членов царской семьи и придворной аристократии, гвардейских офицеров, крупной финансовой и торговой аристократии. Мастера фирмы изготавливали шедевры высочайшего класса, которые никого не оставляли равнодушным. Каждый, кто работал у Фаберже, от главного мастера до подмастерья, подходили с большой ответственностью к своей задаче: одни вносили творческую фантазию в новые мотивы декора, другие совершенствовали технические приемы — фирма Фаберже была оснащена совершенной техникой для того времени. Качество продукции благодаря предпочтению ручного труда машинной штамповке и тщательно выбранным материалам было значительно выше, чем у западных ювелиров. Мастера фирмы возродили многие технические приемы обработки камня, использовали многоцветное золото, прозрачные цветные эмали, достигли особого совершенства в технике эмали по гильошировке (гильоширование — механическое гравирование на металле, которое создается по принципу пантографа). В этой технике ювелиры использовали палитру более чем из 120 оттенков цветовой эмали.

Большое значение Фаберже придавал камнерезному делу. Поделочный камень занимал значительное место в русском декоративно-прикладном искусстве. Вначале изделия из камня заказывали уральским мастерам, а дорабатывали их на Петергофской гранильной фабрике. Позднее в Петербурге открыли собственные камнерезные мастерские, где выполняли разнообразные изделия из камня: украшения, рамки, сервизы, цветы, фигурки нэцке, людей, животных. При их изготовлении использовали полудрагоценные камни и самоцветы: горный хрусталь, нефрит, топаз, яшму, лазурит и другие. В одном произведении могли сочетаться минералы, драгоценные камни, различные оттенки золота и эмали. Камнерезные изделия Фаберже высоко ценились современниками.

С конца XIX века наряду с ювелирными украшениями и камнерезными изделиями фирма Фаберже начала выпускать оригинальные пасхальные яйца с сюрпризами, каждое из которых поистине было шедевром. За время существования фирмы их было создано 54[1]. Нужно отметить, что идея изготовления декоративных пасхальных яиц не принадлежит Фаберже, он лишь расширил сюжет оригинального подарка, дополнив их неожиданными сюрпризами, создав таким образом новый стиль в ювелирном искусстве. В России их изготовляли издавна из различных материалов — дерева, стекла, фарфора, цветных камней. В конце XIX века была очень хорошая добрая традиция: на каждый праздник Пасхи женщинам дарили миниатюрные пасхальные яйца, которые они носили на цепочке с Пасхи до Троицы, и были они популярны до 1918 года.

Известность Фаберже росла, а с ней увеличивалось число заказчиков. Для удовлетворения спроса Петербургского отделения фирмы было недостаточно, поэтому в 1887 году Карл Густавович Фаберже открывает отделение в Москве с фабрикой, где за-

ведущим и компаньоном стал англичанин родом из Южной Африки Аллан Андреевич Бо. Спустя некоторое время московскому отделению подчинились вновь созданные филиалы в Одессе (1900–1918) и Киеве (1905–1911)[2]. Позднее начали работать филиалы фирмы в Лондоне, Бангкоке, Варшаве.

Главная причина жизненного успеха самого Карла Фаберже — его характер и природные способности, которые помогли ему в жизни стать знаменитым.

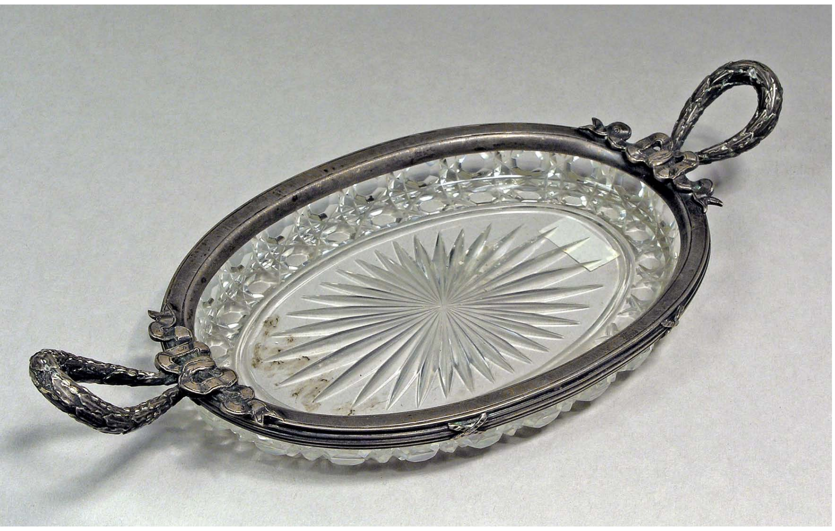
Собрание изделий фирмы Фаберже в Музее исторических драгоценностей Украины немногочисленно — девять предметов, которые выделяются безупречной техникой исполнения, изяществом, художественным вкусом. В настоящее время еще два предмета фирмы экспонируются на выставке «Столовое серебро Европы XVI–XX вв.».

Атрибуция представленных изделий сделана по клеймам, соответствующей литературе и документам музея. Ювелирные изделия из коллекции музея изготовлены в период расцвета мастерских фирмы Фаберже в 1899–1917 годах. Возможно, музейные предметы не относятся к произведениям первого класса, но они служат подтверждением того, что великий мастер старался поднять предметы повседневного быта до уровня эстетического совершенства, не изменяя своему знаменитому правилу: «Всякий предмет, будь его стоимость не выше рубля, выполняется с должной точностью и тщательностью».

Таким образом, небольшое собрание предметов фирмы Фаберже в Музее исторических драгоценностей увеличило интерес к экспозиции «Предметы российского ювелирного искусства XVI — нач. XX в.», а также пополнило информационную базу о жизни и творчестве знаменитого мастера, о деятельности его фирмы, популярность которой возрастает с каждым десятилетием.

Одна из доминант экспозиции — ***золотая брошь (ДМ-8299)***, изготовленная в 1908–1917 гг. в Петербурге. Как известно, броши особенно модными были в XIX — начале XX века: светские женщины украшали ими декольте праздничных платьев. Ювелирное изделие выглядит очень изящно, несмотря на довольно простое конструктивное решение. Оно выполнено в форме сердечка, образованного изгибами сложенной вдвое золотой проволочки. Ее концы завершаются кастами с тремя вставками камней: двумя кордиеритами и бриллиантом. Кордиерит — камень синего цвета, очень похож на сапфир, он имеет и другое название: иолит[3]. Это коллекционный камень, который используют при изготовлении ювелирных украшений. На иголке застежки броши есть два клейма: «56» (проба золота) и фирменное — «К.Ф.».

Это украшение было изъято сотрудниками Бориспольской таможни у гражданина США и передано в музей в 1970 году. Остальные предметы фирмы Фаберже из коллекции музея имеют утилитарное значение.



Поднос (ДМ-8396), 1899–1908 гг., Москва

Подносик-вазочка хрустальная для икры в серебряной оправе. С двух сторон подноса литые ручки в форме маленьких петелек. С внутренней стороны ободка клейма: «84», «К. Фаберже»; женская голова влево с инициалами «И.Л.». Эти инициалы были отмечены на пуансонах, которые принадлежали руководителю Московского пробирного округа 1899–1914 гг. Ивану Сергеевичу Лебедкину[4].

Вазочка передана Вадул-Серецкой таможней в 1995 году.

Солонка (ДМ-8088), 1899–1908 гг., Россия

Солонка серебряная изготовлена в форме яйца. Сверху яйца есть крышечка-подставочка, на которую установлена мужская фигура в камзоле. Клеймо «К.Ф.».

Солонка куплена за 250 руб. у частного лица, В. З. Кошарного.

Ложечка (ДМ-8397), 1899–1908 гг., Москва

Серебряная ложечка с фигурною ручкою. Чашечка ложки и ручка украшены эмалевым орнаментом темно-синего и бирюзового цвета. На ручке ложки клейма: «91», «К. Фаберже»; женская голова влево с инициалами «И.Л.».

Ложечка передана таможней Украины в 1995 году.

Сахарница (ДМ-8076), 1899–1908 гг., Петербург

Сахарница серебряная, цилиндрической формы с крышкой. Крышка украшена псевдожемчужником и крепится к корпусу сахарницы шарниром. Корпус с двух сторон имеет фигурные ручки. Клейма: «К. Фаберже» Петербургского окружного пробирного управления; Киевского окружного пробирного отделения «I.W.».

Сахарница приобретена через антикварный магазин согласно разрешению Министерства культуры в 1985 году.

Нож десертный (ДМ-8391), 1899–1908 гг., Москва

Нож десертный серебряный. Короткое лезвие ножа имеет закругленный край.
Ручка шестигранная с закругленным краем.
Такие ножи использовали для очистки и нарезки фруктов.
Клейма на лезвии ножа: «84», «К. Фаберже»; «И.Л.».

Вилка (ДМ-8390), 1899–1908 гг., Россия, Москва

Вилка столовая с четырьмя зубьями. Зубья длинные и острые.
Ручка вилки узкая, кверху плавно расширяется. Внешняя сторона вилки украшена чеканным рисунком: две веточки лавра в овале, внутри которого фигурка лебедя с распростертыми крыльями. На обратной стороне ручки — пальметка с завитками.
На ручке клейма: «84», «К. Фаберже» и Московского пробирного отделения.
Нож и вилка были переданы в Музей драгоценностей Мостицкой таможней в 1995 году.

Поднос (ДМ-7646), 1899–1908 гг., Петербург, Ю. Раппапорт. Фирма Фаберже

Поднос серебряный декоративный. Его поверхность украшена пышным чеканным орнаментом из цветов, завитков, раковин, из которых выделяются картуши с надписями: «Nikolos», «1889», «Folix», «Korios». В дно подноса впаяна монета 1721 года с изображением Петра I с надписью: монета новая цена 1 рубль. На обратной стороне изображение двуглавого орла. Клейма: «84», «I.P.».

Поднос передан Крымским краеведческим музеем в 1965 году.

Часы для камина (ДМ-804), 1899–1908 гг., Петербург, Ю. Раппапорт. Фирма Фаберже

Часы серебряные каминные выполнены в виде триумфальной арки. Корпус с каждого бока имеет по две полуколонны коринфского ордера. У основания часов пьедестал, установленный на профилированной базе. Каждый пьедестал под колонной декорирован венком из лавра, переплетенного лентами. В середине венков даты: «1901» и «1904».

Колонны поддерживают антаблемент (архитрав, фриз, карниз). Фриз имеет невысокую ограду с балюстрадой и украшен по периметру 12 круглыми накладными розетками.

На вершине арки скульптурная литая фигурка двуглавого орла с раскрытыми крыльями, в правой лапе которого змея, в левой — лавровый венок с лентами. На груди орла гербовый щит с изображением Святого Великомученика Георгия Победоносца.

На фасадной и боковых стенках часов накладные пластины, покрытые нарядной ярко-синей эмалью по гильошированному фону с расходящимися от центра прямыми лучами.

Боковые стороны имеют накладки с изображением доспехов. Над накладками надписи: «Кроншлотский драгунский полк» и «1721».

На каждой крупной детали часов имеются клейма: «Фаберже», «I.P.».

Часы приобретены в 1982 году, закупка через комиссионный магазин.

Посудина для горчицы (ТВ-4186), 1908–1918 гг., Россия, Москва. К. Фаберже

Стеклянная баночка с серебряной крышкой. Предназначена для горчицы. Корпус посудинки цилиндрический, по краю оформлен серебряной оправой. Поверхность стекла рифленая, рисунок напоминает обвивающую нить. К оправе шарниром прикреплена крышка, которая имеет выемку для ложечки. В середине крышки клейма: «84», «К. Фаберже», изображение двуглавого орла, Московского окружного пробирного управления (женская голова в кокошнике вправо с точкой слева).

Горчичница подарена музею киевлянкой Еленой Аркадьевной Горбаченко.

Ваза для фруктов (ТВ-4409), 1899–1908 гг., Россия, Москва. К. Фаберже

Ваза хрустальная для фруктов овальной формы с серебряной оправой. На поверхность хрусталя нанесена «алмазная грань». Серебряная оправа декорирована орнаментом «ликторская вязка». На внутренней стороне оправы расположены клейма: клеймо Московского окружного пробирного управления округом «И.С.» Лебедкина, «Фаберже».

Таким образом, представленные изделия из коллекции МИКУ отражают стиль и направление моды конца XIX — начала XX века. Сегодня, безусловно, они стали раритетами и представляют большой интерес. Тема «Фаберже» неисчерпаема. Мастера фирмы так высоко подняли творческую планку, что до сих пор их произведения являются подлинными образцами ювелирного искусства.

ПРИМЕЧАНИЯ

[1] Габсбург Г., Лопато М. Фаберже: Придворный ювелир. Каталог. Вашингтон; СПб., 1993. С. 35. [Виставка. Фонд искусства Фаберже. Вашингтон. Фед. окр. Колумбия, США, 1993].

[2] Родимцева И. Искусство Фаберже. М., 2000. С. 5.

[3] Андерсон Б. Определение драгоценных камней. М., 1989. С. 99, 269.

[4] Скурлов В. Русские пробирные клейма на рубеже XIX–XX веков/Скурлов В. В., Иванов А. Н. Клеймение русских золотых и серебряных изделий на рубеже XIX–XX веков. СПб., 2001. С. 253.

С ДНЕМ РОЖДЕНИЯ!

АПРЕЛЬ

2 апреля	Галлямов Рустам Фаизович, директор ООО «Гродэс»
6 апреля	Василенко Юрий Анатольевич, генеральный директор ООО «КЛИО»
17 апреля	Кабукаев Тимур Кабукаевич, генеральный директор ООО «Ювелиры Северной Столицы»
22 апреля	Старостин Спиридон Спиридонович, первый заместитель генерального директора ОАО «Золото Якутии»
24 апреля	Стрельников Михаил Петрович, генеральный директор ООО «Санис»
24 апреля	Пилюшин Владимир Витальевич, главный редактор журнала «Русский Ювелир»
27 апреля	Сидоренко Павел Юрьевич
30 апреля	Николаев Андрей Олегович, генеральный директор ООО «Елана»

2009

2010

2011

2011

2012

Разработка и изготовление высокохудожественных ювелирных изделий с применением техники эмаль-гильоше, изготовление корпоративных орденов, медалей, знаков

"Сергей Квашнин"
ювелирная компания

Россия, Киров
www.kvashnin43.ru
e-mail: kvashnin-55@mail.ru

реклама

РУССКИЕ САМОЦВЕТЫ

RUSSKIYE SAMOTSVETY

1912 – 2012

100 лет ювелирным традициям

реклама

Россия, 195112, Санкт-Петербург, пл. Карла Фаберже, д. 8, с 10.00 до 21.00 (ежедневно)
тел.: (812) 528-01-03, (812) 528-03-72, факс (812) 528-09-18, e-mail: office@russam.ru
www.russam.ru Интернет-магазин: www.russammarket.ru